جامعـة الشـــرق الأوســط
MIDDLE EAST UNIVERSITY

مُعالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين (2005–2014)

(دراسة تحليلية)

Jordanian Press Coverage of the Youth Aspect in the Political Speeches of King Abdullah II Bin AL- Hussein (2005-2014)

(Analytical study)

إعداد

خولة ياسين محمد الزغلوان

إشراف

الأستاذ الدكتور حميدة سميسم

قُدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني/2016

تفويض

أنا خولة ياسين محمد الزغلوان، أفوّض جامعة الشرق الأوسط، بتزويد نُسخٍ من رسالتي ورقياً والكترونياً للمكتبات، أو المُنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنيّة بالأبحاث والدراسات العلميّة عند طلبها.

الاسم: خولة ياسين محمد الزغلوان

التاريخ: 2016/1/5

التوقيع:

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: **"مُعالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين (2005-2014): دراسة تحليلية".**

وأُجيزت بتاريخ: **2016/1/5**

أعضاء لجنة المناقشة	الصفة	مكان العمل	التوقيع
أ.د.عزت حجاب	رئيسًا	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د.حميدة سميسم	مشرفًا	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د.خلف الطاهات	عضوًا خارجيًا	جامعة اليرموك	

الشكــر والتقـديــر

الحمد لله ذي المن والفضل، حمدًا يليق بجلاله وعظمته، على ما خصني به من جزيل نعمه، وعلى حسن توفيقه، وكريم عونه، وعلى ما فتح به عليَّ من انجاز لهذه الدراسة، التي جاءَت وليدة لرغبتي الأكيدة وإيماني بأن الشباب هم غد الوطن ومستقبله، وإن الصحافة هي لسان حالنا.
وبعد أن وفقني الله تعالى بإنجاز هذه الدراسة، يسعدني ان أتقدم بالشكر والتقدير إلى استاذتي الفاضلة الاستاذة الدكتور حميدة سميسم على تفضلها بالإشراف على هذه الرسالة، وما منحتني إياه من جهد واهتمام، وتوجيه سديد من فكرها الغني في مجال الإعلام والاتصال.

والشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة الأستاذ الدكتور عزت حجاب، والدكتور خلف الطاهات لقبولهم مناقشة هذه الرسالة، وسأكون ممتنة لملاحظاتهما وتوجيهاتهما التي ستثري هذه الدراسة. والشكر موصول إلى جميع الأساتذة الأفاضل محكمي أداة الدراسة على ملاحظاتهم القيمة.

وكما يسرني أن أخص بالشكر الأساتذة الذين تشرفت بنيل العلم على أيديهم في مجال الإعلام والبحث (أ. د حميدة سميسم، أ. د أديب خضور، د. كامل خورشيد، د. رائد البياتي، د. صباح ياسين، د. منور ربيعات)، واخص بالشكر الأستاذ الدكتور عميد الدراسات العليا غازي خليفة على جهوده ودعمه لي طيلة فترة الدراسة.

وشكري العميق لجميع الأساتذة والزملاء في مكتبة الجامعة الأردنية، فكنتم خير الأصدقاء والزملاء فيما قدمتموه لي من دعم ومساعدة طيلة فترة الدراسة، وأخص بالشكر أ.د.مهند مبيضين، والزملاء مهند الخلايلة، وإيمان العمري، وعبد الناصر الحوامدة.

وشكري وامتناني لزميلة الدراسة عبير أبو دية، وجميع العاملين في المكتبة الوطنية، وللعاملين في أرشيف الصحافة في صحيفة الغد، والسيد عبدالله دمدوم من أرشيف مكتبة الجامعة الأردنية.

والشكر والتقدير لمن كان لهما الفضل في دعمي ومساندتي في مسيرتي العلمية الدكتور حسان شاهين، والدكتور بكر خازر المجالي، والدكتورة نشروان الطاهات، الدكتورة حنان بدارنه.
وأتمنى أن أكون قد وفقت فيما قدمت بحق الصحافة الأردنية والشباب، وأن يكون هذا الجهد مصدر نافع للباحثين والدارسين في مجال الإعلام والشباب.

الإهداء ....

إلى من غرسا فيّ حب الله والوطن والقرب منهما دائمًا

والدي ... رحمه الله

إلى الصفحة الأجمل في حياتي ... والدتي التي دعمتني بدعواتها الصادقة.. يكلؤها الله بعين رعايته... وأعانني الله على برها

إلى أشقائي وشقيقاتي ... تقديرًا لدعمهم لي

إلى شباب المستقبل... جميلة..ياسين..هاشم..عبدالله

ميار.. جودي.. حاكم.. طالب.. راشد..سلام

إلـى الوطـن...وشبـابـه

أهـدي هذا الجهد العلمي المتواضع

الباحثة

خوله ياسين الزغلوان

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب
في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين 2005-2014

(دراسة تحليلية)

إعداد: خــولــه ياسين الــزغلــوان

إشراف الأستاذ الدكتورة: حميدة سميسم

الملخص:

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة مدى اهتمام الصحافة الأردنية ومعالجتها لمحور الشباب في ضوء ما تضمنه الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين من اهتمام بهذه الفئة للفترة من 2005-2014، على اعتبار أن الصحافة تمثل مصدرًا إعلاميًا مهمًا في تشكيل المواقف والقيم والاتجاهات في الواقع الاجتماعي، في ضوء ما تشهده المجتمعات من أحداث واضطرابات وتغييرات متسارعة، بينما يمثل الخطاب السياسي في مضامينه السياسات الوطنية للدولة وأولوياتها اتجاه القضايا الحيوية؛ إذ إن هذه الدراسة لا تهدف إلى النقد بقدر ما تهدف إلى محاولة الوصول إلى نقاط الضعف أو أي تراجع في المعالجة الصحفية الأردنية لقضايا الشباب وموضوعاتها، وتوجيه الشباب إلى أهمية دور الصحافة في تلبية حاجاتهم المعرفية والتعبير عن متطلباتهم، وذلك من منطلق المسؤولية الوطنية التي تتطلب منا جميعًا العمل للنهوض بدور الشباب لتحمل مسؤولياتهم المستقبلية في بناء الوطن.

اتبعت الدراسة في سبيل تحقيق أهدافها المنهج التحليلي في تحليل مضمون المادة الصحفية لعينتها التي شملت أعداداً من صحف الرأي، والغد، والسبيل، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان أهمها:

- وجود فروق ذات دالة إحصائيًا في معالجة الصحافة الأردنية اليومية للسياقات الفكرية المرتبطة بمحور الشباب، وكانت النسب الأعلى لصالح صحيفة الرأي.

- وجود فروق دالة إحصائيًا في معالجة الصحافة للقيم المرتبطة بمحور الشباب في الخطاب السياسي؛ إذ كانت النسب الأعلى لصالح صحيفة الرأي.

- تبين وجود فروق دالة إحصائيًا بين أشكال التغطية الصحفية لصالح صحيفة الرأي، ولصالح التقرير الصحفي الذي احتل الترتيب الأول بين اشكال التغطية الصحفية.

وفي ضوء هذه النتائج جاءَت أهم التوصيات حول ضرورة أن تتضمن الخطة الاستراتيجية الإعلامية الأردنية معايير واضحة لحث الصحف بما فيها الصحف الناشئة والحزبية، للمساهمة الفاعلة في معالجة قضايا الشباب واحتياجاتهم وبما يتوافق مع السياسات الوطنية، وكذلك تشجيع المؤسسات الإعلامية على إصدار صحافة متخصصة للشباب يكون من شأنها توسيع شبكة الاهتمام بقضايا الشباب ومتطلباتهم للمرحلة القادمة.

الكلمات المفتاحية: الصحافة الاردنية، الشباب، الخطاب السياسي الملك عبدالله الثاني ابن الحسين.

Jordanian Press Coverage of the Youth Aspect in the Political Speeches of King Abdullah II Bin Al-Hussein 2005-2014: An Analytical Study

Prepared by: Khawla Yassein Al- Zaghlawan
Supervised by: Prof. Hameeda Sameisim

Abstract

This study aimed at finding the degree of the Jordanian press coverage of the youth sector based on King Abdullah II Bin Al-Hussein's political speech concerning the youth sector for the period of 2005-2014. Press coverage was taking into consideration because of the significant source of media it produces, which shapes the attitudes, the values and the social realm. This is important in a context where communities are witnessing events, disorders and rapid changes, while the political discourse contents represents the national state's policies and priorities towards the vital issues.

The study also attempted to identify the weaknesses of Jordanian press in handling the youth-related issues and themes in order to make youth aware of the important role that press has in meeting youth's needs as a source of knowledge and expressing their requirements based on the national responsibility. This requires us to work in promoting the role of young people to resume their future responsibilities and building their home countries.

In order to achieve the study objectives, the analytical research method was adopted for the analysis of the content of the press material. The study sample included number of newspapers including Al-Rai, Al-Ghad and Al-Sabeel.

The study has reached a number of conclusions, here the most significant ones:

- The findings showed a statistically significant of Jordanian press coverage to the intellectual contexts related to the youth aspect, where Al-Rai newspaper found to have the highest percentages.
- The findings showed a statistically significant of Jordanian press handling to the youth-related values in the political discourse, where Al-Rai newspaper found to have the highest percentages.
- The findings showed a statistically significant in the different types that Jordanian press adopts, which reveals the deficiency in demonstrating journalistic skills that contribute in interpreting and analyzing the multiple aspects of youth-related topics such as reports analysis and journalist discourse.

Based on the previous findings, recommendations came to emphasize on the need for the Jordanian media strategic plan to set clear standards- to the newly issued newspapers- of the requirements of journalistic work in order to enable them to effectively contribute in handling youth issues and needs in line with the national policy. Furthermore, enable these newspapers to work on finding a specialized youth press that can expand the network that focuses on youth issues and their requirements for the next phase.

Key Words: Jordanian Press , youth , the Political Speeches of King Abdullah II Bin Al-Hussein

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميّتها

المقدمة

إذا كانت قضية الاهتمام بالشباب وتحصينهم مهمة في كل زمانٍ ومكان، فإنها تزداد أهمية في هذه العصور المتأخرة؛ حيث غلب الانفتاح والتساهل وتتابع الغزو الفكري والأخلاقي والعقائدي وتعددت قنواته، وتنوعت وسائله وآلياته، كما أسهم الإعلام الجديد لا سيما الفضائي منه، في إذكاء الخلل الفكري، مما جعله عرضةً للاهتزاز ووضعه في مهب الأخطار. وتتفق هذه الدراسة مع التوجه القائل بأن الشباب يمثلون شريحة مهمة وقطاعًا فاعلًا في حاضر المجتمع ومستقبله، وهم أكثر الفئات إقبالًا على كل ما هو جديد، وهم الأكثر قدرة أيضًا على إشاعة التوتر والقلق في هذا المجتمع إذا لم تلبى احتياجاتهم *(الأحمدي،2006، 36)*.

ومؤخرًا كان هناك اهتمام عالمي واسع بفئة الشباب، تجسد في التوجيه المباشر من خلال وسائل الإعلام الورقية والمرئية إلى ضرورة مقابلة جميع احتياجات هذه الفئة سواء البدنية أو الفكرية والروحية والاجتماعية بخدمات وبرامج تنموية تضمن سلامة النمو الجسمي والعقلي والنفسي لهذه المرحلة في فترات النمو المتدرجة ، حتى يكون الشباب جزءاً من المجتمع الذي يعيشون فيه ويتعاملون مع أفراده بعيداً عن الانعزالية أو الانطوائية وبما يقيهم الضعف والجهل والانحراف، ويضمن لهم غدًا متكاملًا يغطي احتياجاتهم الأساسية، وتوجيه طاقاتهم وقدراتهم الخلاقة، واستثمار أوقات فراغهم للمساهمة الإيجابية في إعادة بناء المجتمع في إطار حركة شبابية تطوعية تحتوي الشباب القادرين على العطاء، وهذه العملية بمجملها تمثل تنمية واستثماراً للثروة البشرية.

فالشباب يشكلون مشروعًا وطنيًا وقوميًا للوطن والأمة، إذ تتحدد من خلالهم ملامح الحاضر والمستقبل، فهم شركاء حقيقيون في عملية التطور والتنمية؛ وفي الأردن تشكل فئة الشباب من 12-30 عاماً حوالي 40% من مجموع السكان *(الإحصاءات العامة،،122013)*، وتعد هذه النسبة مرتفعة إذا ما قورنت بمثيلاتها في الدول العربية؛ وعلى اعتبار أن هذه الفئة تمثل الثروة الحقيقية المؤثرة في بناء المجتمع وتطوره وتفعيل مسيرته الديمقراطية نحو المزيد من الإصلاحات والتحديث، فإن هذا يتطلب مزيدًا من الجهود والاهتمام الرسمي من أجل إعداد الشباب وتحصينهم بالعلم والمعرفة، والتخطيط والإعداد لمتطلبات هذه الشريحة وحاجاتها والوقوف على مشكلاتها والقضايا التي تهمها والإسهام بحلها في ظل رؤية الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين الذي أولى اهتمامًا واضحًا تجاه مأسسة دور الشباب في العديد من المجالات، ومن أهمها بناء شراكة حقيقية مع المؤسسات السياسية، مثل الحكومة والبرلمان، ومؤسسات المجتمع المدني، من أجل تمكينهم وصقل مهاراتهم، وإعداد قيادات فاعلة وقادرة على المبادرة وصناعة الحاضر والمستقبل.

والصحافة كأداة خطابية مؤثرة ومقنعة، لها من المقومات والأساليب ما يمكنها من المساهمة في تحقيق هذه الغايات، كونها من الأدوات المؤثرة في تعليم الجماهير وتثقيفها، وأنها عامل من عوامل التقدم والتنمية والتوعية التي تدفع بالجماهير للنهوض بالوطن، كما تلعب دورًا مهمًا في عملية التنوير للمستقبل، ورسم صورة له كما تراه، وتدعو الجماهير للاقتناع بهذه الصورة، والسير بمقتضاها، فالدراسة ترى أن الصحافة من الوسائل الإعلامية الطبيعية التي تلعب دورها بكفاءة كوسيلة اتصال بين النظام السياسي والجمهور، وبشكل خاص فئة الجمهور المثقف الذي يلعب دورًا مهمًا للنهوض بمجتمعه، ومن جانب آخر هي أسلوب ومرآة للمجتمع، ومضمونها

كرسالة إعلامية يؤكد انتماءَها للدولة والنظام الذي تنتمي إليه من خلال تعبيرها عن واقعه وثقافته، ولا شك أن التطور التكنولوجي الذي شهدته الصحافة خلال العقد الأخير مَكّنها من الوقوف بقوة للاستمرار في تحقيق وظائفها المتنوعة من خلال سرعة نشر الخبر وانتشاره وعكس التغذية الراجعة الفورية له. ولاشك أن خصوصية هذه الفئة العمرية كان وما زال لها نصيب بارز في أجندة الخطة الإعلامية الأردنية الرسمية التي تتلخص في أن سياسة التوجيه والتثقيف في حقل الشباب يجب أن ينطلق من تصور فكري، وتنسيق عملي لرسم دور مشترك بين وزارة الإعلام والهيئات والمؤسسات الشبابية، والتربية والتعليم، والتعليم العالي، ومؤسسات المجتمع المدني، المهتمة بقضايا الشباب، حتى يقوم الإعلام بدوره في مواكبة هذه الأدوار وتطويرها وتعميقها في إطار عملية وطنية شاملة، للتركيز على الشباب ودفعهم نحو المبادرة وتعزيز صورتهم الإعلامية أمام المجتمع.*(الخطة الإعلامي1989، 23)،(2011-2015، 12)*.

وتناولت الدراسة من خلال منهجيتها التحليلية مدى معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب الوارد في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني من ناحية، وكيفية معالجتها للموضوعات، والقيم، والقضايا التي ارتبطت بهذه الفئة من خلال الفنون والموضوعات الصحفية المتعددة من ناحية أخرى، على اعتبار أن الصحافة كوسيلة إعلامية هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها.

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على كيفية معالجة الصحافة الأردنية وتغطيتها لمحور الشباب إزاء اهتمام الملك عبد الله الثاني ابن الحسين بهذه الفئة في مضمون خطاباته السياسية للفترة من عام 2005 وحتى نهاية عام 2014 ميلادية، على اعتبار أن الصحافة تمثل مصدرًا إعلاميًا مهمًا في تشكيل المواقف والقيم والاتجاهات في الواقع الاجتماعي، إلى جانب

قدرتها في التأثير وإبراز أولويات القضايا وترتيب أهميتها، وخاصةً القضايا والمواضيع المتعلقة بالشباب والمطروحة في الخطابات السياسية التي تمثل في مضامينها السياسات الوطنية للدولة وأولوياتها تجاه القضايا الحيوية، والتعرف على أشكال التغطية الصحفية لموضوعات الشباب وحجمها، على اعتبار أن هذه الفئة تشكل أهمية كبيرة يُعتمد عليها في العديد من برامج التغيير والتحديث والإصلاح التنموي والتحول الديمقراطي في كافة المجالات، وما مدى التباين في معالجة الصحافة الأردنية لهذه الفئة خلال الفترتين من عام 2005 إلى عام 2008، ومن عام 2009 إلى عام 2014.(وتعني الدراسة بالفترة الأولى مدى معالجة الصحافة لفئة الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني بداية توليه سلطاته الدستورية، والفترة الثانية وهي فترة ما يسمى بثورة الربيع العربي، وما أطلق عليها من تسميات منها ثورة الشباب).

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل جوانب التغطية الصحفية الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين، ويتفرع من هذا الهدف الرئيس الأهداف الآتية:

1. التعرف إلى مدى اهتمام الصحافة الأردنية بمعالجة محور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين.
2. التعرف على السياقات الفكرية المرتبطة بالشباب وما تفرع عنها من موضوعات سياسية وثقافية، وتربوية واجتماعية، واقتصادية، ودينية، استراتيجية أبرزتها الصحافة في تغطيتها لمحور الشباب في الخطاب السياسي.
3. التعرف على نوع القيم التي أبرزتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب.

4. التعرف على أكثر الشخصيات الفاعلة في تناول محور الشباب.

5. التعرف على الأشكال الصحفية التي عالجت في مضامينها محور الشباب في الخطاب السياسي.

6. التعرف على الاستمالات الاقناعية التي استخدمتها الصحافة في معالجة محور الشباب.

7. التعرف على هوية المصادر الصحفية الأكثر اهتمامًا في معالجة محور الشباب في الخطاب السياسي.

8. بيان الكيفية التي استخدمتها الصحافة لمعالجة محور الشباب من حيث المساحات، والمواقع، والعناوين التي تناولت هذا الموضوع.

9. العناصر التيبوغرافية التي استخدمتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب، كالصور، والرسومات، والكاريكاتير، والألوان.

10. الوقوف على مدى التباين في اهتمام المعالجة الصحفية بمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله ابن الحسين في الفترتين من (2005–2008) ومن (2009–2014) وهي فترة (ما قبل وبعد) ما يسمى بالربيع العربي وما ترتب عليه من خطوات في التغيير والإصلاح.

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في توضيح الآتي:

1. تشكل فئة الشباب التي تُعد أكبر شريحة اجتماعية من شرائح المجتمع الأردني، أهمية آنية ومستقبلية للوطن من خلال دورهم في إحداث التغيير والتحول في مختلف المجالات التنموية وأوجه النشاط الشبابي.

2. التعرف على وظائف الصحافة الأردنية، ودورها في صياغة الوعي وتوجيه الشباب ورعايتهم، وتحديدًا مدى اهتمامها بمعالجة مضامين الخطابات السياسية للملك عبد الله الثاني ابن الحسين تجاه الشباب، من خلال الوقوف على القضايا، والموضوعات، والمصادر، والأهداف الصحفية التي تسعى إليها الصحافة الأردنية.

3. ندرة الدراسات التي تناولت معالجة الصحافة لموضوع الشباب من خلال منهج تحليل المضمون.

4. تسعى الدراسة لتكون رافدًا علميًا لدى صناع القرار والباحثين والدارسين، ورفد المكتبة الأردنية والعربية بدراسة علمية إعلامية سياسية، آملة أن تكون محل اهتمام المؤسسات والمنظمات المهتمة بقضايا الشباب من أجل الارتقاء بطبيعة الرعاية الموجهة لهم.

5. جاءت الدراسة للتعرف على مدى اهتمام الصحافة الأردنية بمعالجة محور الشباب في الخطاب السياسي، انطلاقًا من اهتمام الباحثة وعملها طوال السنوات الماضية مع الشباب، وإيمانها بدورهم المستقبلي في عملية التنمية، والإصلاح، والتغيير، والتطوير.

أسئلة الدراسة:

1- ما مدى اهتمام الصحافة الأردنية بمعالجة الموضوعات والقضايا المتعلقة بمحور الشباب؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(0.05) تعزى إلى هوية الصحافة؟

2- ما السياقات الفكرية وموضوعاتها التي أبرزتها الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟

3- ما هي طبيعة القيم التي أبرزتها الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟

4- ما هوية المصادر الصحفية الأكثر اهتمامًا في معالجة محور الشباب في الخطاب السياسي؟

5-ما أشكال التغطية الصحفية التي استخدمتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب؟

6- ما الاستمالات الإقناعية التي استخدمتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب؟

7- ما هي أهداف المادة الصحفية الأردنية التي عالجت محور الشباب في الخطاب السياسي؟

8- ما أبرز الشخصيات الفاعلة في معالجة محور الشباب في الصحافة الأردنية ؟

9- ما المساحات والمواقع التي خصصتها الصحافة لمعالجة محور الشباب في الخطاب السياسي؟ وهل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟

10- ما العناصر التيبوغرافية (الألوان، الرسومات، الصور، العناوين) التي استخدمتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب في الخطاب السياسي؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة ؟

11- هل هناك تباين في اهتمام المعالجة الصحفية لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله (الثاني) ابن الحسين في الفترتين من (2005-2008) إلى (2009-2014) ؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى(0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟

حدود الدراسة

1- الحدود المكانية: وتتمثل حدود الدراسة المكانية في أعداد الصحافة الأردنية اليومية الرأي، والغد، والسبيل خلال الفترة التي حددتها.

2- **الحدود الموضوعية:** وهي محور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين خلال الفترة التي حددتها الدراسة.

3- **الحدود التطبيقية:** وتبدأ من شهر كانون الثاني/ يناير 2005 وحتى شهر كانون الأول/ ديسمبر 2014.

محددات الدراسة

تتحدد الدراسة في تحليل مضمون ثلاث صحف أردنية من شهر كانون الثاني/ يناير 2005 وحتى شهر كانون الأول/ ديسمبر 2014، ولا يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة لفترة طويلة نظرًا لتذبذب أولويات الأجندة الصحفية في معالجة محور الشباب، وفقًا لرؤية الخطاب السياسي وأولوياته في التركيز على هذه الفئة .

مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

المعالجة لغويًا:

وتعني" المِراس والدفاع"، وعالج عنه: أي دافع عنه، وكل شيء زاولته ومارسته: فقد عالجته" *(لسان العرب، 1968، مادة علج).*

إجرائيًا: خصائص المعالجة الصحفية التي استخدمتها الصحف الأردنية (عينة الدراسة) عند تناولها لمحور الشباب من حيث مصدر المادة الإعلامية، والفنون الصحفية، وعناصر الإبراز الصحفي، والموضوعات الرئيسة التي تناولتها.

اصطلاحًا: "الصحافة هي مطبوع دوري ينشر الأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية، والثقافية والعلمية والتقنية...ويشرحها ويعلق عليها" *(صابات1991، 75).* كما عرفها قانون المطبوعات

والنشر الأردني النافذ بأنها" مهنة إعداد المطبوعات الصحفية وتحريرها وإصدارها وإذاعتها"*(قانون المطبوعات1988، 2ج)*.

إجرائيًا: في هذه الدراسة تعني الصحف الأردنية المطبوعة (الرأي ، الغد، السبيل) التي تصدر يوميًا بمضامين إخبارية وتحليلية متنوعة.

المفهوم الإجرائي للمعالجة الصحفية:

هو التدخل المتعمد الذي زاولته الصحافة الأردنية في معالجتها للأخبار والقضايا، والموضوعات السياسية والثقافية، والاجتماعية، والاقتصادية والدينية، والتربوية، المتعلقة بمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين، والكيفية التي تم من خلالها عرض الأخبار والوقائع المتعلقة بهذا الموضوع، بما يحقق أهداف الصحيفة من التدخل.

المِحوَر لغويًا:

جمعها محاور، والمِحْوَرُ: المركز: مدارُ كل شيء. ومِحْوَر الموضوع: فكرته الرئيسة، أو مدارهُ *(لسان العرب، 1968، مادة حور)*.

الشباب اصطلاحًا:

"هي حلقة في سلسلة حياة الإنسان، ترتبط بما قبلها وهي مرحلة الطفولة التي تُعِدّ الفرد لاستقبال مرحلة الشباب، وكما ترتبط بمرحلة ما بعد الشباب التي يستفيد منها الفرد من خلال تطبيق ما أمكن اكتسابه من الخبرات والمواقف التي مر بها في شبابه" *(النابلسي،2007، 30)*.

الشباب إجرائيًا:

لغايات هذه الدراسة تم تحديد مرحلة الشباب من ناحية الفئة العمرية من سن 12 عامًا ولغاية 30عامًا، كما حددته الاستراتيجية الوطنية الأردنية للشباب الصادرة عن المجلس الأعلى للشباب لعام 2005*(الاستراتيجية الوطنية للشباب 2005، 10)*.

مِحْوَرُ الشباب إجرائيا:

كل ما يدور حول موضوعات الشباب وقضاياهم.

الخطاب لغويًا:

خَطَبَ الخاطِبُ على المنبر، واختطَب يَخطُبُ خَطابَةً، واسمُ الكلام: الخُطبَةَ وتعني الكلام المنثور المُسجع، ونحوه. والخُطبَة، مثل الرسالة، التي لها أولٌ وآخرٌ*(لسان العرب،1968، خطب)*.

اصطلاحًا: يعرف الخطاب بأنه الكلام والنصوص التي ترتبط بشخص أو مؤسسة ما، ويشكل حقلًا معيناً من الخبرة البشرية، والخطاب الصحافي هو نتاج تفاعل ثلاثة مجالات: اللغة، والتواصل والمعرفة *(العاقد،2002، 108-109)*.

الخطاب السياسي اصطلاحًا:

"الخطاب السياسي هو أحد أهم أشكال التواصل السياسي في العالم قديمًا وحديثًا، وكما أسهمت الخطب السياسية في صياغة الواقع السياسي لكثير من الحقب التاريخية، والخطاب السياسي تاريخيًا تأثر بشدة بالحياة السياسية والاجتماعية للمجتمع، وتكمن أهميته في لغته الإقناعية وقدرته على التأثير في الجمهور المتلقي"*(عبد اللطيف، 2012، 15-16)*.

ويعرف أيضًا: *(صبحي، 1992،102)*، على أنه القدرة على إيصال أفكار وقواعد استراتيجيات الدولة إلى الجماهير، وأنه الوسيلة الأولى للتأثير في القاعدة الجماهيرية.

التعريف الإجرائي للخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين:

هو الكلمات والخطابات المحلية والدولية التي ألقاها الملك عبد الله الثاني ابن الحسين ملك المملكة الأردنية الهاشمية في المناسبات والمحافل الوطنية، والقومية، والدولية حول القضايا الأردنية والإقليمية والعالمية، وذلك لتوضيح الموقف الأردني للعالم اتجاه موقف أو سياسة ما.

تحليل المضمون اصطلاحًا:

عرفه بيرلسون عام 1952 بأنه: "هو أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفًا موضوعيًا، ومنتظمًا، وكميًا". *(إسماعيل،2011، 169)*.

واختلفت المدارس في إعطاء تعريف موحد لتحليل المضمون، فالمدرسة الأمريكية تعرفه على أنه: " أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية".. والمدرسة الفرنسية فتعرفه بأنه أسلوب للوصف الموضوعي المنتظم الكمي لمضمون الاتصال. أما مدرسة العالم الثالث فتعرفه على أنه: وسيلة من وسائل جمع البيانات، وأسلوب من أساليب تحليل الصحافة " *(نقلًا عن نصر، وعبد الرحمن،2000، 217)*.

تحليل المضمون إجرائيًا:

يقصد به في هذه الدراسة تحليل محتوى المادة الإعلامية للصحف الأردنية اليومية الرأي، والغد، والسبيل، بهدف الكشف عن كيفية معالجتها لمحور الشباب الذي وردت مفرداته في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين، وما ارتبط به من موضوعات وقيم من خلال الإجابة عن أسئلة الدراسة ذات الشقين: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: النظريات الإعلامية

اعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) التي تساعدنا في إبراز القيم والموضوعات المرتبطة بالشباب في الخطاب السياسي من خلال الرسالة الصحفية الأردنية، وكذلك نظرية التأطير "Framing Theory " وهي من النظريات الحديثة التي تسمح بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم تفسيرًا لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، ونظرية الاعتماد المتبادل كون هذه النظريات تركز على توضيح أولويات صانعي القرار واهتماماتهم، ومدى معالجة الأجندة الصحفية وإبرازها لهذا الاهتمام من خلال الأشكال والفنون الصحفية المتعددة على صفحاتها، والتعرف على العملية التفاعلية في وضع الأجندة الصحفية من ناحية مراعاة أجندة الجمهور واهتماماتهم، والأخذ بعين الاعتبار أولويات صانعي القرار السياسي، إلى جانب مراعاة أولويات الوسيلة الصحفية وقضاياها في تحقيق رسالتها الإعلامية.

ويعرف الباحثون النظرية: بأنها مجموعة من الفروض التي صممت لتقديم وجهة نظر منتظمة حول ظاهرة معينة من خلال شرح العلاقة بين المفاهيم والأفكار المتعلقة بهذه الظاهرة. *(Wimmer,2000,27)*. كما يرى *(Graig,1989,10)* أنها فروض علمية يضعها الباحث لمعرفة العلاقة بين المتغيرات البحثية، بهدف الوصف أو التنبؤ أو التحكم في الظاهرة المدروسة.

وستتناول الدراسة نظريات ترتيب الأولويات (الأجندة)، ونظرية التأطير الإعلامي، ونظرية الاعتماد المتبادل بشيء من التوضيح، وذلك على النحو الآتي:

(1) نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة):

إن المتتبع لتاريخ نظرية الأجندة الإعلامية يجد أن الباحث الأمريكي والترليبمان "Lippmann" هو أول من أشار إليها عام 1922، فقد ذكر في كتابه الرأي العام "أن وسائل الإعلام تساعد في تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع وأيضًا بمقدور هذه الوسائل تغيير الاتجاهات " *(نقلاً عن مكاوي وسيد ،1998، 288)*.

هذا وتعد نظرية وضع الأجندة وترتيب الأولويات من أهم الأطر النظرية الإعلامية التي عنيت بدراسة اهتمامات كل من وسائل الإعلام وجمهورها بالمحتوى الإعلامي، وترى هذه النظرية أن وسائل الإعلام هي التي تحدد الأولويات التي تتناولها الأخبار، فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات، مما يجعلها تصبح من الأولويات المهمة لدى الجمهور، وهكذا فإن الموضوعات التي يراها المحررون ذات أهمية هي التي يتم نشرها حتى ولو كانت غير ذلك *(أحمد،2012، 5-6)*.

وفكرة الأجندة حسبما يرى كل من روجرز ودرين "Rogers, Dearing"، تعني وجود منافسة مستمرة بين الموضوعات والقضايا للحصول على اهتمام كل من وسائل الإعلام والجمهور والصفوة السياسية *(McQuail,2010,455)*. وهذا مؤشر للدراسة يبين أنّ الأجندة الإعلامية هي بمثابة انعكاس لأجندة الجمهور والصفوة السياسية معًا.

وتراعي نظرية وضع الأجندة عنصر التفاعل بين الأطراف المختلفة للاتصال الجماهيري في سياق عملية تفاعلية وتبادلية شخصية في شكل تأثيري يتضمن ترتيب الأولويات، ولا يقتصر وضع الأجندة على تناول القضايا أو الأحداث المختلفة، وإنما يتسع ليشمل القيم الاجتماعية

والشخصيات البارزة، والمؤسسات والهيئات، والأفكار ...وغيرها، كما تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، إنما يختار القائمون عليها بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة، وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجيًا، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها*(المزاهرة، 2012، 328)*.

ومن هنا يُعرف ستيفن باترسونSteven Batrson" " نظرية ترتيب الأولويات "بأنها العملية التي تُبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينه على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود فعل الحكومة والجمهور من خلال إثارة انتباههم وتنبيههم لتلك القضايا بحيث تصبح من ضمن أولوياتهم وعلى رأس أجنداتهم"*(McCombs,1992,85)*.

وهناك من رأى أن دور وسائل الإعلام يتجاوز مجرد أنها تستطيع أن تحدد للناس ما يفكرون فيه، فهي أيضًا تشكل المعايير التي يستخدمها الأفراد في الحكم على إمكانات قادتهم السياسيين ومؤهلاتهم والقضايا السياسية الملحة التي تصدرت أجندتهم(Miller,2002,228-229). بينما يرى Harper بأن وضع الأجندة عبارة عن تحديد وسائل الإعلام لما يجب أن يفكر فيه الجمهور من قضايا أو أحداث معينه، أو أفكار أو قيم اجتماعية *(نقلًا عن أحمد، 56،2012)*.

ويذهب *(الحديدي ،69،2006- 70والمشاقبة،2010، 166)* إلى أن أهمية وضع الأجندة من قبل الوسائل الإعلامية تكمن في التنبيه إلى قوة وسائل الإعلام الإخبارية في تسليط الضوء على قضايا معينة على حساب تغطية بعض القضايا الأخرى المغايرة، وعبر تكرار هذه العملية في تبني أجندة بعينها تقود المهتمين إلى التصديق والاقتناع الفعلي بأهمية بروز هذه الأحداث والقضايا دون غيرها، وأشار روجرز وديرنج *(نقلًا عن الحديدي،نفس المصدر،69)* إلى أن هناك دليل بحثي حول إمكانية تأثير أجندتي وسائل الإعلام والجمهور على الأجندة السياسية، وقد يؤثر وضع

الأجندة على كثير من أفعال مسؤولي الحكومة والقادة والمشرعين ، والأهم من ذلك أن وضع الأجندة تَشغَل الاهتمام للانخراط في الحياة السياسية حتى بين غير النخبة.

"وتأتي أهمية نظرية وضع الأجندة كونها تسمح بالكشف عن طريقة بناء القضايا في وسائل الإعلام، ومعرفة سياسة التعامل مع الأحداث والقضايا ومدى اختلاف ذلك من وسيلة إعلامية إلى أخرى، على الرغم من وجود العديد من العوامل التي تؤثر على انتقال ترتيب الأحداث والقضايا من وسائل الإعلام إلى الجمهور كالاتصال الشخصي وطبيعة الحدث أو القضية وخصوصية الوسيلة الإعلامية" *(ضيف،2012، 198).*

بينما يرى(Lang 1983) " أن بناء الأجندة عبارة عن عملية تجميعية يتبادل خلالها كل من وسائل الإعلام والحكومة والجمهور التأثير كل منهما في الآخر بهدف تحديد القضايا التي يمكن اعتبارها مهمة *(Griffin ,2006,39).*

وترى هذه الدراسة أن أجندة وسائل الإعلام ومنها الصحافة قد لا تعطي الاهتمام والتركيز نفسه لكل القضايا والموضوعات؛ إذ نلمس فروقاً في المعالجة الإعلامية من حيث الشكل والموضوع والتكرار، وفي المدة الزمنية وعناصر الإبراز المختلفة، وفي ضوء هذه المفارقة في التركيز تتشكل الأجندة الإعلامية، ومن يضعها يرتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بأصحاب القرار من شخصيات ومؤسسات ومنظمات تسعى إلى استخدام وسائل الإعلام على اعتبار أنها وسيط في محاولاتهم للإخبار والتأثير، وكأولويات إعلامية، فغالبًا تكون مرتبطة بفلسفة الحكومات التي تعيش في كنفها، وبناءً عليه، لا بد أن تمارس الأجندة عملها ضمن الحدود الأيديولوجية والرؤية الوطنية تجاه القضايا والموضوعات التي تسعى لإبرازها بما يؤدي إلى اهتمام الجمهور بها، وستوظف هذه النظرية في الدراسة للوصول إلى ما قد يتوافق معها.

(2) نظرية التأطير الإعلامي

التأطير Framing، ويشار إلى عملية التأطير بأنها عملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، وقد استخدم الباحثون أمثال McCombs & Shaw وآخرون مصطلحات مرتبطة بنظرية وضع الأجندة عند تعريفهم للتأطير: بأنها المستوى الثاني للأجندة، بالإضافة إلى العديد من المصطلحات المستخدمة في الدراسات الإعلامية التي تشير إلى مصطلح التأطير هي: السياقات Context، والأنساق المعرفية Schemas، والحزمة الإعلامية Media *(نقلًا عن احمد، 2012، 219-220)*.

وتشير *(Endres,2004,8)* إلى أن التأطير عبارة عن " أسلوب تحليلي قام بابتكاره وتطويره علماء النفس والاجتماع لتفسير دور النصوص الإخبارية الإعلامية في تحديد القضايا وتعريف الجمهور بها". وفي عام 2003 م قدم Entman ما بعد أحداث 11أيلول/سبتمبر نموذجه الثاني لعملية التأطير، الذي يؤكد أن الجمهور يمثل قاعدة شلال تنحدر تأثيراته من قمة النظام السياسي تجاه النخب السياسية، ثم وسائل الإعلام التي تنتج الأطر الخبرية التي يتعرض لها الجمهور، ولكن من الممكن أن تنقلب هذه القاعدة (أي الجمهور) إلى القمة من خلال عملية رجع الصدى، بمعنى التأثير في الآخرين، كوسائل الإعلام والنخبة السياسية التي تؤثر بدورها في صناعة القرار لدى النظام السياسي الذي يتحول بدوره إلى قاعدة شلال مقلوب. *(Entman,2003,435-415)*.

وتُستخدم نظرية تحليل الأطر الخبرية في العديد من الدراسات من خلال مستويين:

- **المستوى الأول:** يهتم بقياس المحتوى غير الواضح لوسائل الإعلام أو ما يعرف بالمحتوى الضمني.

– **المستوى الثاني:** وهو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قضية ما؛ إذ إنّ وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطراً خبرية تستطيع أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن بعض القضايا *(الطوخي،2011، 395)* وهذا المستوى هو الذي تهتم به هذه الدراسة.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرًا ذا دلالة في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو القضايا المختلفة خلال فترة زمنية معينة*(Gandy,1997,180-182)*.

كما تقوم على أساس أن أحداث وسائل الإعلام ومضامينها لا يكون لها بُعد إعلامي إلا إذا وضعت في أطر إعلامية وسياقية محددة، وهذه الأطر هي التي تنظم المضمون من نصوص وألفاظ ومعانٍ دالة، إلى جانب استخدام الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة، فهذه النظرية تستخدم لتجعل القارئ أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقتٍ زمني محدد، ولتقدم مساعدة للجمهور لفهم الأحداث والقضايا التي تقوم بتغطيتها ومعالجتها، خصوصًا تلك التي تحظى بالاهتمام والمتابعة *(الدليمي2016، 202)*.

وترى الدراسة أن هناك ثمة ارتباط بين نظريتي الأطر والأجندة من حيث التركيز على رصد ودراسة قضايا السياسة العامة ودراستها في النصوص الإخبارية والإدراك العام لهذه القضايا، بمعنى أن المستوى الأول من نظرية الأجندة يخبرنا فيما نفكر، بينما المستوى الثاني وكنتيجة للانتقاء والبروز والتركيز والاستبعاد في معالجة قضايا أو سياقات يخبرنا كيف نفكر، كما أنه في نظرية الأجندة يكون تبني الأفراد لأجندة الموضوعات الإعلامية، بينما في نظرية التأطير يكون تبنيهم لكيفية عرض هذه الموضوعات في الإعلام وتأثيرها علينا، مع اعتماد كل منهما على آليات

مشتركة في عناصر البروز والانتقاء وكم التغطية وموقعها ومساحتها، كما تتشابها في مجال تأثيراتهما في المعارف والاتجاهات.

هذا وقد اعتمدت الدراسة نظرية التأطير من أجل تحديد الأطر الرئيسة التي استخدمتها الصحف في معالجتها لمحور الشباب، ومعرفة السياقات السياسية والاقتصادية والثقافية والدينية والاجتماعية والاستراتيجية التي ارتبطت بهذه الفئة، وكذلك عناصر الإبراز الصحفية التي اعتمدت عليها الصحافة في معالجة قضايا الشباب التي تلقى اهتمامًا محليًا وعالميًا.

(3) نظرية الاعتماد المتبادل:

يعني الاعتماد: "العلاقة التي توجد عندما تكون قدرة الأفراد على تحقيق أهدافهم في الحصول على المعلومات اعتمادًا على مصادر المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام"، كما أنه يعني العلاقة التي يتم فيها إشباع الحاجات أو تحقيق الأهداف *(أحمد2007، 9)*.

إذ قُدمت هذه النظرية من قبل الباحثين دي فلور وساندرا بول روكيتش عام1969 (الطرابيشي، والسيد،2006، 146) اللذين أقرا بوجود اعتماد متبادل بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه، على اعتبار أن المجتمع يتألف من مجموعة من الوحدات والأنظمة، وأنه لا غنى لأي وحدة عن الأخرى، فهي جميعًا تعتمد على بعضها بعضاً في علاقة دائمة مستمرة باستمرار المجتمع الذي تكونه، والسبب الرئيسي للاعتماد المتبادل عدم وجود أي نظام بما في ذلك النظام السياسي قادر على تلبية حاجاته وتحقيق أهدافه بدون المساعدة أو الاعتماد على الأطراف الأخرى، أي أن وسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة دون الاعتماد على بعضها بعضًا *(نقلاً عن مكاوي والسيد 1996، 288)*.

وترى هذه النظرية أن قوة وسائل الإعلام تكمن في سيطرتها على مصادر المعلومات التي يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، فالحكومات الحديثة التي ترغب الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل أساسي لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون الوصول إليها، وهكذا فإن هذه الحكومات والمنظمات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وأيضًا تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات ومواد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية والاقتصادية لكي تؤدي وظائفها بكفاءة. *(بارك، 2010، 416-417).*

وفي هذه الدراسة يهمنا توضيح "العلاقة الاعتمادية المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظام السياسي؛ ففي هذه النظرية تعتمد علاقة وسائل الإعلام بالنظم السياسية في: *(مكاوي،204،2012).*

1. زيادة القيم والمعايير السياسية وتدعيمها مثل الحرية، والمساواة، والمواطنة، واحترام القوانين، والتصويت الانتخابي.

2. الحفاظ على النظام السياسي وتحقيق التكامل الاجتماعي من خلال بث روح الإجماع، وتكوين الرأي العام.

3. تدعيم الشعور بالمواطنة لتنفيذ الأنشطة السياسية مثل الحماس للحرب، والمشاركة في التصويت الانتخابي.

4. التحكم وكسب الصراعات التي تقع داخل السيادة السياسية.

وكذلك تعتمد وسائل الإعلام على النظام السياسي فيما يأتي: *(عبد الحميد،1997، 141،142).*

أ. اكتساب الحماية التشريعية والقضائية والتنفيذية.

ب. الحصول على معلومات رسمية وغير رسمية لتغطية الأخبار، مثل عقد المؤتمرات الصحفية.

ج. الحصول على تصريحات بشأن الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

د. تحقيق عائد من الإعلانات السياسية في أوقات الانتخابات.

كما ينتج عن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عدد من التأثيرات*:(عماد وحسين،2001، 326-327) و(شاوي 184،2003- 185).*

1- التأثيرات الإدراكية(المعرفية): إن التدفق المستمر للمعلومات من قبل وسائل الإعلام حول العديد من القضايا والأحداث والأشخاص، يساعد في تكوين الاتجاهات ووجهات النظر، وكشف الغموض وتحديد الاهتمام لدى الجمهور نحو تلك الموضوعات من خلال العمليات الانتقائية التي يقوم بها الأفراد، ويتمثل التأثير هنا في تكوين القيم الأساسية لدى الأفراد حول الأشياء عامة.

2- التأثيرات العاطفية: وتكون هذه التأثيرات من خلال استخدام وسائل الإعلام للمصطلحات والعبارات التي تشكل تأثيرًا في المشاعر والعواطف لدى الجماهير وتحدد استجاباتهم العاطفية حول القضايا المختلفة.

3- التأثيرات السلوكية: تُعدّ التأثيرات السلوكية المنتج النهائي للإدراك والتأثير العاطفي، وإلى أي مدى يؤثر التغيير في الاتجاهات والاعتقادات على السلوك من حيث الإعجاب والاهتمام أو عدمه بالمضمون المقدم من خلال الوسائل الإعلامية .

ورأى العديد من الباحثين أن وسائل الإعلام ليست قوية، فهي تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم الاجتماعية السياسية والاقتصادية المختلفة لكي تمارس وظائفها بكفاءة؛ لذا لا تستطيع التحلي بهذه السمة دون الاعتماد المتبادل بعضهما على بعض*(العلاف،2010، 89)*.

وترى الدراسة أن الوسائل الإعلامية بشكل عام، والصحفية منها بشكل خاص، هي مؤسسة ثقافية سياسية مهمة مؤثرة في المجتمع، وأنها من خلال موقعها كوسيلة اتصالية بين الجماعات المختلفة في المجتمع وبين النظام والنخب السياسية والثقافية تلعب دورًا مهماً في فرض معانٍ وتفسيرات معينة، بل وخلق فهم للعالم الخارجي بالنسبة للأفراد والمجتمع، ومن هنا فإن هذه الدراسة سوف تسعى لمعرفة إلى أي مدى كانت لغة الاعتماد قائمة ما بين الصحافة الأردنية عينة الدراسة، ومضامين خطاب الملك عبد الله الثاني ابن الحسين في إبراز أهم القضايا والقيم والموضوعات التي ارتبطت بفئة الشباب من خلال عينة الدراسة التي تمثل الصحف الأردنية بتوجهاتها الفكرية المختلفة.

المبحث الثاني: الأدب النظري

بعد تناول عددٍ من النظريات الإعلامية المفسرة لأهمية الأجندة الإعلامية في إبراز أهم الموضوعات والقضايا المحلية وعملية التأطير التي تنتهجها الصحافة للقضايا والموضوعات المختلفة لتحظى بأهمية لدى الجمهور المستهدف، وعلاقة الاعتماد المتبادلة بين وسائل الإعلام والنظم السياسية، لا بد لنا من تقديم تفسير نظري لمتغيرات الدراسة المتعلقة بوظائف الصحافة ومساهمتها في صياغة الوعي لدى الشباب في المجتمع وتأثيرها في الرأي العام، وكذلك علاقة الإعلام بالشباب ودوره في التركيز على أهم القضايا والموضوعات والقيم التي تمس الشباب،

وأهمية الخطابين الإعلامي والسياسي في صياغة الوعي والتأثير، ورؤية الملك عبد الله الثاني ابن الحسين لمحور الشباب من خلال خطابه السياسي.

الصحافة

تُعد الصحافة بأنماطها المتنوعة أحد أهم منتجات المجتمع الثقافي، والصناعي، والحضاري انتشارًا، بعد أن أصبحت عملية إنتاج المعرفة من أهم خصائص مجتمعنا المعاصر؛ على اعتبار أنها إحدى وسائل نشر الأخبار والمعرفة؛ إذ يسعى الجمهور للحصول عليها بشكل يومي، فهي مرآة تعكس واقع المجتمع وأخباره أمام القراء، من خلال تفوقها على غيرها من الوسائل الإعلامية لما تتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة، والموضوعات الطويلة التي تساعد على توضيح الأمور للقراء، وتهيئ لهم فرصة الدراسة المتأنية في الوقت والمكان المناسبين، كما تتيح أمامهم مجال التأمل والتمعن في المطبوع أكثر من مرة مما يساهم في تمكينهم من الفكرة والطرح المتنوع، وبالتالي التفاعل وتعدد الآراء المطروحة حولها، ومن وجهة نظر الدراسة تجتمع هذه الميزات في المطبوع الصحفي لتضفي عليها صفة الخصوصية، ومن هنا جاءَت أهميتها التي سنتطرق إليها في هذا المبحث، وكذلك الوظائف المناطة بها اتجاه الأفراد في المجتمع.

تعريف الصحافة

الصحافة لغةً: جاء في *(لسان العرب، 1968، مادة صحف)* تعريف كلمة الصحيفة "بأنها ما يكتب فيه، والجمع صحائف وصحف". وفي تنزيل القرآن الكريم: [إن هذا لفي الصحف الأولى صحف إبراهيم وموسى] *[1]. "وتعني الكتب المنزلة عليهما"، وقال الأزهري: والصحيفة الكتاب.

[1] - * سورة الأعلى: اية 18-19.

وأشار المعجم الإعلامي إلى أن الصِحافة-بكسر الصاد-من صحيفة وجمعها صحائف أو صحف، والصحيفة هي الصفحة، وصحيفة الوجه أو صفحة الوجه هي: بشرة الجلد، وهي القرطاس المكتوب، أو ورقة كتاب بوجهيها *(حجاب،2004، 24)*.

اصطلاحًا: "هي صناعة إصدار الصحف، وذلك باستقائها الأنباء، ونشر المقالات، بهدف الإعلام، ونشر الرأي والتعليم والتسلية، كما أنها واسطة يتم عن طريقها تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع والسلطة الحاكمة، والجماعة المحكومة، فضلًا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام" *(مدكور،2013، 24)*.

أهمية الصحافة

يُعد ظهور الصحافة الإبراز الحقيقي للإعلام الجماهيري كعملية إعلامية لها وسائل وتقنيات متعددة، وتقوم بوظائفها المختلفة حسب طبيعتها وتخصصها، وكون الصحافة هي الأقدم في الانتشار الإعلامي، فقد جرى عليها العديد من التغييرات والتحديثات المهمة من حيث التقنيات الآلية والتكنولوجية، وتقنيات العمل الصحفي، مما جعلها تتربع على عرش وسائل الإعلام من حيث الأهمية إلى درجة أنه أطلق عليها اسم "السلطة الرابعة"؛ لدورها الواضح في توجيه الرأي العام وصياغته باتجاه ما تراه الجهات الداعمة التي تقف خلفها، وكذلك لدورها في إحداث التغييرات الاجتماعية إضافة إلى ذلك فهي منبر الحراك السياسي في الدولة والمجتمع، وهي إحدى أدوات العمل السياسي*(شهاب،2011، 106)*. أما "كاستروا"[1]* فقد وصف أهمية الصحافة قائلاً: "لا أخاف بوابة جهنم إذا فُتحت بوجهي، ولكن أرتعش من صرير قلم محرر صحيفة"، وهناك قول آخر

---

[1] - كاستروا" هو أحد رؤساء حكومة فنزويلا السابقين.

ل "نور الدين طرّاف": "الصحافة قوة ضخمة، عظيمة الأثر، بالغة النفوذ، انتزعت من أصحاب السلطان لقب أصحاب السلطان فسموها "صاحبة الجلالة"...ووقفت بقامتها المديدة تفرض نفسها بين القوى الموجهة في كل بلد، ويضيف أن هذه القوة للصحافة تكمن في جمهور الشعب، أي مجموع القراء، الذي يقف وراء الصحف يستقي منها التوجيه والإرشاد، فالشعب الآن هو صاحب الكلمة الأولى والأخيرة في كل مكان، وبه تحكم الأمم"*(صابات،1959، 3 و11)*.

كما تُعدُّ الصحافة بوتقة طرح الأفكار، وهي من أبرز الوسائل الإعلامية التي تطرح مجمل الأفكار والحوارات السياسية والاجتماعية في المجتمع، ويظهر دورها بعمق في شكل الارتباط بين الصحافة والنظامين السياسي والاجتماعي لأي دولة. ومن خلال العديد من المصادر والإصدارات في مجال الصحافة التي تبين أنها تقوم على ثلاثة أركان رئيسة هي: *(الجنيدي: 2005، 163)*

1. الكشف عن الحقيقة، ويتجلى ذلك في الربط بين الحقيقة والمعرفة.
2. توجيه الرأي العام بالتأثير فيه والتعبير عنه، وعَبْر هذا الدور تبرز قوة الصحيفة أو ضعفها".
3. المساهمة بشكل أو بآخر في صناعة التاريخ والتذكير به، فالصحافة من أكبر الوسائل الإعلامية التي تقوم بتسجيل الحوادث والوقائع، وذلك يمكنّها أن تمثل مرآة العصر.

ولكي تقوم الصحافة بهذه الأدوار، فهي بحاجة إلى حرية الرأي والتعبير التي تُعدُّ حجر الزاوية في هرم الحريات .

وحول أهمية الصحافة يقول (بوف هير) مؤسس صحيفة Le Monde"" الفرنسية إن الصحف اليومية الكبيرة هي بمثابة مؤسسة صناعية وتجارية كبيرة، ولكنها لن تكون – ويجب ألا تكون – ولا يمكن أن تكون مجرد ذلك فقط، فهي وسيلة الفرد للحصول على المعلومات، بمعنى

أنها توفر له العناصر التي تمكنه من الحكم على الأمور والوصول إلى فكر معين بشأنها *(نقلاً عن صابات،1987، 332)*.

ويرى (مارشال ماكلوهان) أن الصحافة كرسي اعتراف جماعي يتيح مشاركة مشتركة؛ إذ إن في استطاعتها تلوين الأحداث لاستخدامها أو عدم استخدامها، ويقرر كذلك أن الصحافة تتمتع بحرية واسعة، وتكشف عن النواحي الطبيعية للحياة، ففي عام 1992 حرمت مدينة (مينابولس) من الصحف لمدة شهور، وكان مدير شرطة المدينة يقول: صحيح أن أخبار الصحافة تنقصني، لكن فيما يتعلق بعملي أرجو أن يظل بلا صحف للأبد، فالجرائم تكون أقل حين لا تتحدث الصحف عنها، وبذلك لا تروج لها بين الناس باللوم، وهذه الخدمات هي التي تساعد الحكومة *(نقلاً عن صابات، 1975 ،228-229)*.

أما فيما يتعلق بإهمية الصحافة فقد صنف *(Rugh,2004,120-122)* الصحافة في الأردن على أنها تحولت إلى "صحافة انتقالية"، ويعرفها بأنها نظام معقد للعمل الصحفي الذي يحتوي على عناصر قوية للتحكم من قبل الحكومة، وتضمن في الوقت ذاته مساحة من حرية الرأي والتعبير والتنوع، وتكون ملكية الصحف فيها للحكومة أو القطاع الخاص، أو لعددٍ من الأحزاب السياسية.

وذكر *(الموسى،2005، 21)*" أن الصحافة الأردنية قد حققت خطوات كبيرة في تطورها مطلع القرن الجديد، لكنها ما زالت أسيرة وجهة النظر الواحدة، وجاءَت انطلاقتها لتواكب الليبرالية، والعصر الآن يستدعي تطوير القدرات في مجالات عديدة منها الموضوعية والحياد وتدريب الصحفيين".

ومن وجهة نظر الدراسة، فأهمية الصحافة تكمن في شموليتها بتقديم الثقافة والمعلومات مما يؤدي إلى التوسع في أفق قرائها وتزرع في عقولهم ألوان المعرفة. وتزداد أهمية كلما اقتربت من اهتمامات المواطن وحياته، وأخبار المكان الذي يعيش فيه، بما يدفع الصحافة إلى الاهتمام بزيادة الأخبار المحلية فيها، وبالتالي تتعلم الجماهير من خلالها مدى أهمية القضايا والمسائل المطروحة، ويتم إدراك المسؤولية الإعلامية أو الصحفية من خلال طبيعة الوظائف السياسية والاجتماعية والثقافية والتعليمية التي تقوم بها اتجاه المجتمع.

وظائف الصحافة

تتعدد وظائف الصحافة من حيث الأهمية والأولوية، فهي تقوم بالإخبار ونشر الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي، وبلورة الرأي العام إزاء العديد من القضايا المحلية أو الخارجية.

ويعرف (ويكهام ستيد) وظيفة الصحافة "بأنها جمع الأخبار ذات الفائدة العامة، وكذلك تعرّف بأنها المهنة التي تقوم على جمع الاخبار وتحليلها، والتحقق من مصداقيتها وتقديمها للجمهور، وغالباً ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو الدولية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية، وغيرها". *(نقلاً عن الشمايلة، وآخرون،2015، 16).*

"وتساهم الصحافة المكتوبة بشكل عام بإنضاج الحياة السياسية وزيادة الوعي؛ لأنها تتيح المجال أمام عدد كبير من المواطنين للاتصال وتبادل الأفكار عبر صفحاتها. *(جريير،1997، 132)*، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على صانع القرار السياسي من ناحية تلمسه لاهتمامات الناس الحقيقية للمجتمع الذي يحكمه، كما أنها تُبلغ الرأي العام بكل ما يدور في الحكومة والهيئات المختلفة من أنشطة *(زلطة،2001، 111).*

ورأت الدراسة من خلال العديد من وجهات نظر الباحثين أن وظائف الصحافة قد أثارت جدلاً واسعاً بين الأكاديميين والإعلاميين والصحفيين، لأهميتها الكبيرة وتعاظم تأثيرها على معايير مشتركة تنظم ممارسة هذه الوظائف في جميع أنظمة الصحافة مستقبلاً، وأكدت العديد من الدراسات والأبحاث العلمية أن وسائل الإعلام ومنها الصحافة على علاقة وثيقة بالحكومات التي تعمل في ظلها، وهي في الواقع تعكس فلسفة الحكم وتدعمها، وترتبط بفلسفة الدولة التي تجبرها على العمل من خلال فلسفة وضوابط إيديولوجية وقومية معينة، وفي هذا المجال ذكر*(ميرل، 1989، 231)*، أن هناك نظامين أساسيين لعمل الصحافة، أحدهما الصحافة المرتبطة بالسلطة وثانيهما الصحافة الحرة، وقد تكون كما يذكر "جون ميرل" 1889 صحافة ذات ميول سلطوية" و"صحافة ذات ميول ليبرالية"، ولكي نحدد ما إذا كان نظام الإعلام والحكومة جهازاً واحداً أو عكس ذلك يوضح "ميرل" بأنه "لابد من النظر بكل دقة إلى النظام ككل وليس فقط ملاحظة فلسفة الأمة، بل التمعن في الموروث الثقافي الذي يكشف عن نفسه في السلوك المنفتح والمنافس والعادل أو في السلوك المنغلق غير المنافس والموجه". وتالياً نوضح بإيجاز النظم التي ترتبط بها أسس عمل الصحافة:

أولاً: الاتجاه السلطوي:

وهي فلسفة تتبنى قيام الحكومة بإصدار تراخيص وسائل الإعلام والرقابة عليها، وذلك بهدف الحد من النقد وضبطه للمحافظة على نظام الحكم، ودور الصحافة فيها يقتصر على نقل المعلومات من السلطة إلى الشعب دون إتاحة الفرصة لمناقشتها. *(علي،2015، 125)*.

ثانياً: الاتجاه الليبرالي:

وهي فلسفة تتبنى إبعاد كل أنواع سيطرة الحكومة وتحكمها في وسائل الإعلام، بحيث يقتصر التدخل ببعض القوانين المتعلقة بالقذف والسلوك المنحرف)، وذلك بهدف إنشاء سوق حرة للأفكار وإتاحة الفرصة لما يسمى بعملية الإصلاح الذاتي للمجتمع التي تتم من خلال الحوار وتبادل الأفكار(ميرل، مصدر سابق ،234-233). وترى الدراسة أن هذا الاتجاه يعترف بحق الناس في المعرفة، والتمتع بحرية الكلام والخطاب والاجتماع، وأن جميع أنواع المعلومات يجب أن تكون معلنة، وفي متناول الجميع، واعتبار النقد الحر أساس السعادة والنمو.

وقد حظيت الصحافة منذ القدم بالاهتمام الخاص من وجهات نظر العديد من العلماء والكتاب والأنظمة المختلفة، لما تحدده من أدوار تقوم عليها اتجاه الدولة والمجتمع ، على اعتبار أنها تلعب دور الوسيط ما بين الفرد والمجتمع من ناحية، وتعكس رؤية السلطة بسياساتها المتعددة من ناحية أخرى، وما يترتب على ذلك من تأثير في اتجاهات الرأي العام، فإن ذلك بمجمله يَجُرنَا للحديث عن الوظائف المتنوعة للصحافة التي تتمثل بالآتي:

1: ترسيخ البناء الوطني وتأكيد قيم الانتماء للوطن:

وهذه الوظيفة تُعدُّ في الطليعة، ومن خلالها تأخذ الصحافة مسؤوليتها في استشعار القضايا الوطنية، والمبادرة في تلمس الوسائل المناسبة لتقريب وجهات النظر، وتضييق الخلاف حيثما وجد، والعمل على توحيد صفوف الأفراد والتفافهم حول القيادة، باتخاذ الموضوعية أسلوبًا للطرح، وأداة لتشكيل اتجاهات الرأي العام، وبهذا فإن الصحافة يمكن أن تُوظَف لتكون وسيلة لتوحيد الرؤى، والتعبير والتنوير *(الهمداني،2013، 159)*.

وقد بينت العديد من الدراسات والأبحاث الإعلامية أن الصحافة اليومية لها دور بارز في ترسيخ البناء الوطني وتأكيد قيم الانتماء للوطن، ففي دراسة *(القرعان،2010، 73)* أظهرت النتائج "بروز دور صحيفتي الرأي والغد اليوميتين في تأكيد إنسانية المواطن الأردني سواء كان بالإحساس أم بالإدراك أم بالفكر. وكذلك فإن مفهومي الولاء والانتماء الذي دعت الصحيفتان الجميع للتحلي بهما، فإنهما تعنيان حب الوطن الذي يسهم في التأسيس لجملة من المشاعر والسلوكيات الإيجابية للإنسان تجاه وطنه ومجتمعه من خلال الالتزام بمجموعة من القيم الدينية والأخلاقية والحضارية".

بينما ذهبت دراسة *(بشير،2007، 103)* في إحدى نتائجها إلى أن "الأنموذج المقترح لبناء المواطنة الصالحة في فلسطين يمكن أن يتحقق من خلال تبني المؤسسات المجتمعية وعلى رأسها المؤسسة الإعلامية التي تساهم في نشر الأسس الصحيحة للمواطنة الصالحة، وذلك من خلال تركيزها على المبادئ الديمقراطية الحقيقية في المجتمع التي يتضح من خلالها للأفراد كيفية ممارسة حقوقهم وواجباتهم تجاه مجتمعهم".

وهنا ننظر بعمق إلى تاريخ التجربة الصحفية الأردنية من عهد الإمارة عام 1921 وحتى الآن، والتي تأسست على أنها إحدى أدوات الدولة الأساسية ومستلزماتها، وأداة من أدواتها العاملة في خدمة القضايا الوطنية والقومية، فبدأت موجهة ومدافعة من أجل المواجهة مع الكيان الصهيوني، ومن ثم سارت نحو التطور والانفتاح والتركيز على القضايا الوطنية والتنموية، وغرس قيم الولاء والانتماء والتضحية تجاه الوطن والتزاماته القومية، ومنذ عام(2000) جاءت رؤية الملك عبد الله الثاني ابن الحسين التي ركزت على بناء الهوية الإعلامية المؤسسية المستقلة، قائلاً في إحد خطاباته:"... ولا بد للإعلام الرسمي أن ينأى بنفسه عن أن يكون إعلامًا لشخص أو حكومة، بل يجب أن يكون إعلام دولةٍ ووطنٍ، ثوابته معروفة وغاياته نبيلة وسامية...وأما الصحافة فهي

المرآة التي يرى الوطن صورته فيها"، وكما قال: "إننا ندرك أن الإعلام والصحافة، هما مرآة الوطن أمام المواطنين والعالم *(الخطاب السامي،2000، 325- 270)*.

وترى الدراسة بإن الصحافة الورقية تقوم بعملية تفاعلية يومية مع القراء، بما يحقق اندماجهم بمختلف القضايا الوطنية والمجتمعية، مما يفسح المجال للحوار عن طريق الكتابة والنشر، وإشاعة الأفكار الامر الذي يؤدي إلى حالة من الإجماع في الرأي تجاه القضايا المهمة المختلفة.

2: تغيير المواقف والاتجاهات:

يعدّ مفهوما المواقف والاتجاهات من المفاهيم البارزة في مجال الدراسات الاجتماعية والنفسية، وقد عُرّف الاتجاه على "أنه موقف الشخص الراهن نحو القضايا التي تهمه بناءً على خبراته المكتسبة عن طريق التعلم في مواقف الحياة المختلفة في بيئته التي يعيش فيها، وفي هذا الموقف يأخذ شكل الموافقة أو الرفض، ويظهر ذلك من خلال السلوك اللفظي أو العملي للفرد" *(زهران،1986، 23)*.

وذكر (مكاوي،2005، 146) "أن الصحافة تساهم في تغيير الآراء والاتجاهات الموجودة لدى الأفراد من خلال القيام بدور التعريف والإقناع، وكذلك حث الناس على التغيير، بالإضافة إلى إمكانية توظيفها نحو دعم المبادئ والآراء لدى المواطنين، ويبقى أهم ما يحتاجه المواطنون من الصحافة هو الوقوف على أهم التغييرات السياسية، والاقتصادية، والفكرية في مجتمعهم والمجتمعات الأخرى.

وقد دلت الدراسات أن معظم الحالات التي يقوم بها الإعلام بتغيير المواقف والاتجاهات تكون عملية التعرض المقصودة غير موجودة *(potts,2003,165)*، فتأثير وسائل الإعلام يتجلى أكثر في أوقات الحروب والكوارث والأزمات؛ إذ يلجأ الناس إلى تلك الوسائل أكثر من أي وقت

مضى للحصول على المعلومات والإرشادات، وتعمل أيضًا على الاستثارة العاطفية، فتتوجه إلى العواطف، فتثير الحزن والغضب لدفع الجماهير لاتخاذ مواقف واتجاهات معينة.*(أبو أصبع،2005، 606)*.

وبناءً على ما تقدم، نجد أن الاتجاهات والمواقف مكتسبة ومتعلمة، وهي حصيلة التفاعل القائم بين الفرد والبيئة المحيطة به سواء المادية أو الثقافية أو السياسية أو الاجتماعية، ومدى تأثره فيها.

3: الوظيفة الثقافية:

تُعرّف الوظيفة الثقافية "بأنها الدور الذي تقوم به الصحافة في إبراز القيم الثقافية إلى جماهير القراءَ ومعالجة عناصر المعرفة فتسهم في الإنتاج الفكري وتشرك الجمهور في فعالياته، وتصف نفس القارئ ومنطقه، وتعني عالمه الروحي من الناحية الفكرية والأدبية والجمالية عن طريق القصة والمقالة الأدبية والثقافية والفكرية، وأخبار الحياة الفنية والثقافية والإبداعية التي تشمل مساحات متزايدة من المادة الصحفية بشكل عام"*(الهمداني،1997، 335)*، وحركات التقدم والتطور الذي شهدته الصحافة اليومية في العصر الحالي يؤكد دورها في المجتمع، من حيث التأثير على الأفراد وتكوين آرائهم حول مختلف القضايا ذات الأهمية بالنسبة لهم*(زلطة، 2001، 106)*.

من جانبه أشار نصوح المجالي[1]*، إلى أن الصحافة طبقًا لما تقوم به من نشر أخبار وتحقيقات ومقالات صحفية تساهم في تثقيف القارئ بالمعلومات المتوافرة لديها حيال القضايا الجديرة بالاهتمام، وبذلك فإن الصحافة كوسيلة إعلامية تعد رسالة هادفة إلى خدمة المجتمع والأفراد نظرًا لاتصالها بالواقع الذي يعيشون فيه، وكونها تحقق رؤية نظامية شمولية متكاملة لبناء مجتمع مثقف سياسيًا إذا ما أحُسن استثمارها. *(نقلاً عن العبادي،2007، 24)*. وتتأتى أهمية

---

[1] -* نصوح المجالي: وزير إعلام أردني سابق.

الصحافة ودورها في التوعية والتثقيف من اتصالها الدائم واليومي بالجمهور ونشر الخبر والرأي، والتحليل والصور على القارئ، وتنقسم الصحف من حيث الخدمات الثقافية التي تقدمها للقراءَ إلى نوعين:

أولاً–صحافة عامة موجهة إلى جميع فئات المجتمع.

ثانياً–صحافة متخصصة: تستهدف مخاطبة جمهور محدد.

وعلى الرغم من أن كل وسيلة تختلف عن الأخرى فيما يتعلق بالجمهور الذي تتصل به، وفي حمل نوع معين من الرسائل، وكذلك خلق تأثيرات معينة إعلامية وتثقيفية، إلا أنها عمومًا أدوات ثقافية تساعد على دعم المواقف أو التأثير فيها، هذا ويعد الإعلام وسيلة الثقافة في الانتشار، فهو يعطيها الشكل والوسيط، وهي تعطيه المعنى والروح. (الساعدي،2012، 87).

وهذا يعني أن الصحافة اليومية والدورية تقوم بدور ثقافي متنوع ومؤثر في الوسط الذي تصدر فيه، فهي تصل الرأي العام بشؤون الوطن ومشاكله، وذلك بإلقاء الأضواء عليها بالكلمة والصورة والكاريكاتير والقصة والمقالة وتحليلها، ووضع وسائل العلاج لها مما يجعلها مدارس فكرية وثقافية متكاملة، فهي مكونة للثقافة، ومن العوامل المساهمة في اكتسابها، وتداولها، وتساعد في نشرها والتعبير عنها.

4: الإقناع والتأثير في الرأي العام:

يعرف الدكتور مختار التهامي الرأي العام بأنه"الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينه بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسًا مباشرًا *(نقلاً عن خورشيد،2012، 59).*

وللرأي العام أهمية كبرى بالنسبة للنظام السياسي في الدولة، فبقدر رضا الرأي العام وتعاونه مع نظام الدولة السياسي، تكون درجة استقرار هذا النظام وثباته أو العكس *(الباز،2002، 23)*.

وترى *(سميسم،2006، 37-40)*" أن الرأي العام ظاهرة مركبة، وتتسم بكونها ظاهرة نفسية واجتماعية وسياسية اتصالية في أن واحد، وان ظاهرة الرأي العام كظاهرة سياسية هي البعد الأكثر إثارة للاهتمام، وأشارت إلى أن موقع الرأي العام من الظاهرة السياسية تتجلى من خلال: علاقة الرأي العام الداخلي أو القومي بعملية صنع القرار السياسي الداخلي أو الخارجي. وأن شرعية السلطة بحاجة إلى إعطاء مبررات لوجودها، وخاصة في دول العالم الثالث، فهي بحاجة إلى تأييد الرأي العام، بغض النظر عن آليات خلق هذا الرأي سواء من خلال السلطة السياسية أو ما تملكه من وسائل اتصالية، أو بتبني الرأي العام القائم على الساحة السياسية، إذ يمكن الاستفادة منه في إقناع الأفراد بقبول تبريرات صاحب القرار ومعطياته".

فيما أصبحت وظيفة الإقناع والرأي التي تمارسها الصحافة ترتبط بدور الإعلام في جهود التنمية الوطنية، وبمحاولات العالم الثالث لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي، وهذا يعني أن الصحافة منذ ذلك بدأت تحول اهتمامها من القيم الصحفية المتخلفة من الماضي الاستعماري إلى القيم الصحفية التي تفرضها الأوضاع الاجتماعية واحتياجات التنمية الخاصة ، ومع بدء تشكل مفهوم صحفي جديد في العالم الثالث، أصبح خبراء الإعلام يحددون هويته على أنه "الصحافة التنموية" أو "صحافة التنمية"، ويعرّف "ليونارد سوسمان"*(Sussman:1980,p87)* صحافة التنمية بأنها "تركيز الصحفيين الموضوعيين على أخبار التطورات وحوادثها في مجالات التعليم

والزراعة، والصناعة، والاتصالات، والعلم التطبيقي، وهي تطورات يأمل القادة أن تؤدي إلى نجاح اقتصادي، وإلى إحساس مطمئن للوحدة الوطنية".

وقد وذكر (خورشيد، 2012، 130-131) وجود عدة مكونات تساهم في تشكيل الرأي العام، ومن هذه المكونات تأثيرات الإعلام، ويرى ان هناك عدة مراحل للتأثير منها:

أولًا: التأثيرات المعرفية، وتتمثل في المعلومات والمعارف التي يستقبلها الأفراد من خلال وسائل الإعلام، ومنها ما يتعلق بالقضايا والأحداث المهمة.

ثانيًا: التأثير في الاتجاه، حيث يُقيم الفرد المعلومات ويقرر قبولها أو رفضها، ويقبل المعلومات والأفكار التي تتوافق مع ميوله وأهدافة ومخزونه المعرفي، وبالتالي يؤدي قبولها إلى حدوث تغيير في مخزونه المعرفي، وبذلك تلعب المعلومات التي قبلها دورًا في التأثير على آرائه واتجاهاته.

ثالثًا: التأثيرات السلوكية والسلوك هو العمل أو القول الذي يصدر عن الفرد، ومحصلة المعلومات التي يقبلها هي التي تحدد السلوك الذي يصدر عنه.

ونخلص إلى القول إن للصحافة تأثيرًا كبيرًا في الرأي العام والإقناع، وذلك يَظهر من خلال أشخاص يقبلون على قراءة صحيفة بحد ذاتها أكثر من غيرها، وهو ما يعود إلى تراكمات لديهم، وإلى مصداقية الصحف فيما تكتب أو تروي من موضوعات، وكذلك تَبني الصحافة لسياسة حرة شفافة يُمكنها أن تكون قادرة على تكوين اتجاهات وقناعات في المجتمع بشأن قضايا لها أهميتها، وخاصة أن الرأي العام يعد إحدى دعامات المجتمع الذي ينتهج منهجًا ديمقراطيًا.

5: التنشئة السياسية:

هذا وتعد الصحافة من أهم الوسائل الإعلامية كونها تشكل مصدرًا من مصادر الثقافة السياسية عند الأفراد، فهي تقوم بدور مهم في التنشئة السياسية من خلال نقل القيم والمعايير

الاجتماعية، والتأثير في سلوك الأفراد من خلال تغيير هذه القيم واحلال أخرى مكانها. *(أبو زهيرة،2006، 20)*.

وبحسب *(Atkin,Gantz, 1978,184)* فإنه يعرف التنشئة السياسية بأنها عملية تطويرية يكتسب الأطفال والناشئة من خلالها معلومات ومواقف وسلوكاً من البيئة السياسية المحيطة بهم. أما *(البشير،1997, 131)* فيقصد بالتنشئة السياسية، تشكيل الوعي السياسي، أي مجمل العمليات التي يتم من خلالها إكساب الفرد سلوكًا ومعايير وقيمًا واتجاهات سياسية متناسبة مع أدوار مجتمعية معينة، حتى لو لم يمارس الفرد نشاطًا سياسيًا في حزب أو جمعية أو اهتمامًا بالشأن العام، وتكون هذه العملية مستمرة.

هذا وتعد مرحلة الشباب من أهم مراحل التنشئة السياسية، بحكم السمات العامة لهذه المرحلة؛ إذ يبدأ من خلالها تَكون مواقف الفرد السياسية، وقيمه الاجتماعية، وأنماط سلوكه الاجتماعي – السياسي *(عبد الله،1999، 181)*.

وتكتسب الصحافة اليومية أهمية في نشر القيم السياسية نظراً لاطلاع شريحة واسعة من المجتمع على ما تعرضه عبر صفحاتها من أخبار وتحليلات لمواضيع سياسية، الأمر الذي من شأنه أن يؤثر على الرأي العام *(خطاب،2004، 56)*، وترى الدراسة أن هذا الدور ما دفع بعض الصحف لإيجاد ملاحق متخصصة بالشباب، تمكن هذه الفئة من التعبير عن رأيها وتوجيه الخطاب الإعلامي بصيغة تنسجم مع طبيعة الشباب وتوجهاتهم، فكانت صحيفة "الرأي" أولى الصحف التي أخذت على عاتقها هذا الجانب من خلال إصدار ملحق الشباب في شهر أيار(مايو) عام 2004 ، لتصدر أسبوعياً بشكل ينسجم مع توجهات الحكومة الرامية إلى تنشئة المجتمع على

ثقافة سياسية جادة، وكذلك تم إصدار صحيفة الشباب التي تسمى "بالغد" كأول صحيفة شبابية أردنية خلال عام 2004.

هذا وقد أشارت العديد من الكتابات إلى أن من الوظائف الرئيسية الدائمة لوسائل الإعلام إبقاء الجمهور مطلعاً باستمرار على النقاش العام حول القضايا السياسية، وكذلك حول الأحداث اليومية، وقد قبلت وسائل الإعلام منذ أمد طويل برنامج غالوب[1]* الأصلي القائم على وجوب الإبلاغ عن نتائج استطلاعات الرأي حول وجهات نظر الجمهور على شكل أخبار وطبقا لذلك التقبل كانت وسائل الإعلام أحد أهم المصادر التي يأتي منها الدعم لاستطلاعات الرأي العمومية *(كانتريل،1998، 132-133)*.

6: وظيفة الإصلاح السياسي:

الإصلاح السياسي هو عملية تغيير في البنية المؤسسية السياسية ووظائفها وأساليب عملها وأهدافها وفكرها، وذلك من خلال الأدوات القانونية التي يوفرها النظام السياسي بهدف زيادة فعالية النظام السياسي وقدرته على التعامل مع المتغيرات، والإشكاليات الجديدة والمتجددة باستمرار *(أبو عامود،2006، 535)*.

وطبقاً لوثيقة الإسكندرية المنبثقة عن مؤتمر "قضايا الإصلاح العربي ...الرؤية والتنفيذ" فإن الإصلاح السياسي يعني"جميع الخطوات المباشرة وغير المباشرة التي يقع عبء القيام بها على عاتق كل من الحكومات والمجتمع المدني، ومؤسسات القطاع الخاص، وذلك للسير بالمجتمعات والدول العربية قدمًا وفي غير إبطاء وتردد، وبشكلٍ ملموس في طريق بناء النظم الديمقراطية" *(عبد الباقي،2009، 13)*.

---

[1] -* برنامج غالوب: هو معهد بحوث واستطلاعات الرأي العام، والسياسة، وابتكر استطلاع غالوب الإحصائي عام 1935.

وتعد قضايا الإصلاح في الدول بشكل عام إحدى القضايا المهمة التي برزت في السنوات الأخيرة ، والتي اهتمت بها وسائل الإعلام بشكل خاص، وعلى مستوى العالم العربي تضافرت عوامل عديدة وراء موجة الإصلاح هذه، منها ما هو خارجي، ومنها ما هو داخلي وأشار *(هاوثورن،2005، 5-7)* إلى أن أهم العوامل الخارجية تَبرز في سعي الولايات المتحدة الأمريكية إلى نشر الديمقراطية في العالم العربي وبخاصة بعد أحداث 11 أيلول /سبتمبر 2001، وزاد من مشروعية قضايا الإصلاح نشر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي في أيار/مايو 2002 لتقرير التنمية البشرية العربية الذي انتقد الأنظمة العربية وعاب مشكلات التعليم والحكم الجيد وتمكين المرأة، ووصف الإصلاح السياسي بأنه أصبح ضرورة في حل المشكلات التي تواجه المنطقة العربية.

وفي شباط/فبراير 2004 ، قدمت الولايات المتحدة مبادرة الشرق الأوسط الكبير التي تقوم على ثلاث ركائز هي تشجيع الديمقراطية، والحكم الصالح، وبناءِ مجتمع معرفي، وتوسيع الفرص الاقتصادية *(عبد العظيم2004، 13-14)* وقد لاقت المبادرة الأمريكية آنذاك انتقادات واسعة في الأوساط العربية كونها مست العديد من الزوايا منها الخصوصية، والأولويات، ومصير القضايا العربية الكبرى مثل الصراع الفلسطيني واحتلال العراق. وفي ضوء ذلك يرى *(سلامه،2005 ،7)* أن قضايا الإصلاح فرضت نفسها على الصحافة العربية، وتفاوتت رؤية المثقفين والكّتاب تجاه أولويات الإصلاح السياسي، لكن أغلب المؤشرات الإصلاحية تناولت الآتي:

- تفعيل وسائل المحاسبة ومحاربة الفساد.
- حماية حقوق الإنسان.
- الإصلاحات الدستورية.

- الاتجاه نحو تغيير بعض النظم والقوانين (كالنظام الانتخابي، وتفعيل الأحزاب والسماح بالتعددية الحزبية، وتداول السلطة والانتقال بها بشكل سلمي.).

ويذكر*(علي،2015، 161)* بأن الإعلام الفعال، هو الذي يعزز الديمقراطية ويؤثر فيها ويتأثر بها، باستناده إلى مجتمع مدني فعال، وإلى قوى مضادة داخل المجتمع تعمل على إفراز ثقافة ديمقراطية وحراك سياسي يقومان على المراقبة وكشف الحقائق والوقوف أمام الفساد والتجاوزات واستغلال النفوذ والسلطة.

كما أن تحديد مسؤولية الصحافة تجاه الإصلاح السياسي يكون من خلال وظيفتها السياسية التي تتركز على عملية التنشئة السياسية للأفراد، والتثقيف والتعبئة والتطوير السياسي لهم، وفي هذا السياق نشير إلى توجهات الملك عبد الله ابن الحسين في أحد خطاباته قائلاً:" التزم الأردن باستراتيجية للإصلاح كي تعمل على وتيرة التغيير ...وهذا يعني مبادرات في مجال حقوق الإنسان تمكّن المرأة والشباب من المشاركة بصورة تامة في حياة الأمة، ويعني فك الارتباط بين الحكومة ووسائل الإعلام المملوكة للدولة، لدعم نمو صحافة مسؤولية مستقلة*(الخطاب السامي،2005، 34)*.

7: وظيفة التوثيق: التوثيق اصطلاحًا: هو مجموعة من العمليات والأساليب الفنية اللازمة لتوفير أقصى استخدام ممكن للمعلومات المنشورة في المطبوعات العلمية والفنية، مما يوفر الوقت والجهد والمال في الحصول على المعلومة أينما كانت، وتشمل هذه العمليات تقويم المعلومات وجمعها وتحليلها وتنظيمها وخزنها واسترجاعها ونشرها وفق الاحتياجات المختلفة للعلماء والباحثين *(عبد الحميد،1983، 121)*.

ويعد مصطلح "التوثيق" من المصطلحات العلمية الحديثة، التي دخلت عالم المعلومات الواسع، بالإضافة إلى دخوله إلى مفاهيم المكتبات، والمعلومات، والإعلام، والعلوم المتعلقة به، وهي كلمة فرنسية الأصل، وأول من استخدمها هما العالمان الفرنسيان "أوتليت "Otlet و"لافونتين" Fontaune La، عندما وضعا خططهما في أواخر القرن التاسع عشر لإصدار الببلوغرافيا العالمية(نقلًا عن علم الدين،75،2005). والتوثيق الإعلامي "يعني توثيق الإنتاج الفكري المتعلق بمجال "الاتصال الجماهيري" أو "الإعلام"، وتتطلب عمليات التوثيق جمع المواد وحصرها، ووضع النظم والأساليب الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج، وتحليله من خلال عمليات الفهرسة والتصنيف، والتكشيف والاستخلاص، وبذلك يتحقق الاستخدام الأمثل لهذا الرصيد الفكري، ويتسنى تيسير الاستفادة منها للباحثين والدارسين والمهتمين. ويتفرع عن التوثيق الإعلامي، التوثيق الصحفي أو ما يسمى بالأرشيف الصحفي، ويستعمل للدلالة على التعامل مع السيل الهائل من المعلومات التي ترد إلى أقسام أو مراكز المعلومات الصحفية، عبر القنوات والمواد الثقافية والإعلامية المختلفة، ويتم تنظيم هذا السيل الهائل من المعلومات المكتوبة والمطبوعة التي تنتج يومياً لتصبح سريعة التناول، والاسترجاع عند الحاجة إلى ذلك من الصحفيين والباحثين في حقل الصحافة والإعلام" *(المسلمي،2013، 34-35)*.

وترى الدراسة أن الصحافة (وبخاصة الصحافة اليومية) مرجع وثائقي رئيسي مهم بالنسبة لكتابة التاريخ بشكل عام، أو لإلقاء الضوء على الأحداث، أو القرارات، والإجراءات والقوانين الصادرة في مجتمع من المجتمعات، على اعتبار أن المواد الإعلامية التي تنشرها الصحف اليومية حول مجريات الأمور هي بمثابة سجل تاريخي تراكمي للدولة التي من خلالها يمكن رصد وتتبع التاريخ الوطني والتطور الاجتماعي، والسياسي، والثقافي للدولة، وهذا هو حال الصحف الأردنية

والعربية، ومثال ذلك السجل الذي تحفظه مكتبة الجامعة الأردنية الذي بلغ حوالي ستة ملايين صحيفة عربية وأردنية توثق لأهم الأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية، والتي تعد أرشيفًا مهمًا للمؤرخين لاستلهام روح التاريخ، ومصدراً لتحليل التوجهات اتجاه القضايا المختلفة ورصدها وكشف أبعادها، بالإضافة إلى تتبع العديد من النشاطات السياسية والثقافية والاجتماعية لشخصيات أردنية وعربية لها بصماتها على الساحة العربية والدولية.

وفي نهاية هذا المبحث نرى أهمية الصحافة ووظائفها المتعددة والدور الذي تقوم به على صعيد المجتمعات، وبهذا الصدد ترى الدراسة أن وثيقة الإعلام الأردني الصادرة في (26 كانون الأول/ديسمبر 2003)، عكست رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين بقوله: "إننا نضمن لمواطنينا من خلال القانون والمؤسسات المستقلة، حرية التعبير، والقول، والفكر بما في ذلك صحافة حرة، مسؤولة في توجهاتها الواعية لدورها *(الخطاب السامي، 2003، 17)*. وقد جاء أيضًا في خطاب جلالته في جمعية الصحافة الأجنبية بلندن قوله:(23تشرين الثاني/نوفمبر 2004): "فبلدنا قام بإجراء تغييرات هيكلية لزيادة الفرص وبناء الحياة السياسية الديمقراطية، ونعمل لتمكين الشباب والنساء. ووجود صحافة مسؤولة مستقلة أمر أساسي لتحقيق التنمية الشاملة في بلدنا...فإن الصحافة الحرة المسؤولة تخدم الإنسانية ومستقبلها *(الخطاب السامي، 2004، 104-106)*. وهذا يعني أن هناك إدراكاً مبكراً لدى القيادات السياسية الأردنية على مدى العقود الماضية لأهمية الصحافة الحرة المسؤولة ودورها التنويري والتثقيفي والتربوي اتجاه أفراد المجتمع بمختلف أطيافه ودرجاته، وطالما أن الإعلام يأخذ حريته فإنه سيؤدي دوره بكفاءة واقتدار نحو تحقيق التنمية والإصلاح الشامل اجتماعياً واقتصادياً، وتعليمياً، واقتصادياً وسياسياً.

الصحافة في الأردن

حظيت الصحافة الأردنية بالاهتمام منذ قدوم الملك عبد الله المؤسس إلى مدينة معان يوم 21 تشرين الثاني/ نوفمبر 1921 وبدءه بتأسيس الدولة الأردنية، وقد ظهرت في ذلك الوقت صحيفة الحق يعلو كأول صحيفة أردنية، وقد ترجمت هذه الصحيفة جهود جلالته ومساعيه السياسية، وشهد الأردن في عهد الملك بن طلال بن عبدالله صدور الدستور الأردني عام 1952. وقد أعطى هذا الدستور الاعلام حرية واسعة، وانبثق عنه قانون المطبوعات الأردني عام 1953، وبرزت خلال هذه الفترة الصحافة الحزبية والمتخصصة نتيجة نمو الوعي الوطني اتجاه القضايا العربية القومية فكان طابع الصحف آنذاك سياسياً يدعوا الى مقاومة الاحتلال في فلسطين *(الموسى، 1998، 111-112)*.

وبعد عام 1967 كانت جهود المغفور له الملك الحسين بن طلال واضحة جلية من خلال رعايته لوسائل الاعلام الأردنية واهتمامه بها. وقد شمل هذا الاهتمام كافة هذه الوسائل من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وقد شهدت بواكير اعمالها اهتمام جلالته ورعايته لها من خلال الافتتاح والدعم والتأمين، وأرسى جلالته قواعد ثابته للصحافة تميزت بالتطور والانفتاح على المجتمع والعالم، واستمر اهتمامه هذا إلى أن وافته المنية عام 1999 *(أبو صوفة، 1996، 5)*، وعندما تولى جلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين الحكم استمر على نهجه. في تطوير الهوية الإعلامية وبنائها، وأولاها الاهتمام الكامل، وأرسى قواعدها التي تقوم على الحرية والمسؤولية. على أن تأخذ بعين الاعتبار متغيرات العصر من أدوات جديدة للاتصال *(الاستراتيجية الإعلامية،مصدر سابق،1)*.

ومن أبرز الصحف المحلية التي تم اختيارها لتمثل مجتمع الدراسة الحالية الصحف التالية:

- صحيفة الرأي: وهي واحدة من أقدم الصحف الأردنية التي صدرت عام 1971 عن المؤسسة الصحفية الأردنية، وهي صحيفة شبه رسمية تنطق باسم الحكومة، *(المؤسسة الصحفية الأردنية،2008،147)* وقد صدر موقعها الإلكتروني في 2009/12/10. وقد جاء في افتتاحية العدد الأول منها توضيح اختيار اسمها بالقول:..."فالرأي الصحيح في حياة الشعوب والأمم الذي ينبثق عن تفاعل وتصادم جملة آراء يوضح الكثير منها موضع التجربة والاختبار، وفي ضوء هذه التجربة تخلص الأمم إلى الرأي الذي يقود إلى الخير ويعود على الأمة في مسيرتها التاريخية الطويلة بالنفع لكل أبنائها"...*(أبو عرجة،2000،65)*، وتم اختيارها كمجتمع ممثل للدراسة كونها تمثل موقفاً شبه رسمي، يعبر عن الدولة وسياساتها، وتُعد من الصحف الأكثر انتشارًا، وتضم تنوعًا واسعًا من العناوين الصحفية، بالإضافة إلى عددٍ من الكتاب والصحفيين على مستوى من الخبرة الصحفية.
- صحيفة الغد: وهي واحدة من الصحف المملوكة للقطاع الخاص، صدرت بتاريخ 2004/8/1 عن الشركة الأردنية المتحدة للصحافة والنشر، ويقدر عدد النسخ التي يتم توزيعها يوميًا حوالي(50) ألف نسخة *(الكسواني،2009،48)*. وتم اختيارها كعينة كونها مستقلة تحمل شعار "صحيفة الغد الأولى في الأردن لفئة الشباب "وتميزت برؤية إخراجية جديدة من حيث المضمون والشكل، وصدر موقعها الإلكتروني في 2009/11/3، وتضم عدة أبواب منها: الغد الأردني، العرب والعالم، حياتنا، اقتصاد، كتاب الغد).
- السبيل: صدرت في 1 أيار من عام 1993 (أسبوعية، سياسية، جامعة) عن شركة دار السبيل لا تملك فيها الحكومة أية أسهم*(عبيدات،2003،266)*، وبدأت منذ 2009/6/25 انطلاقتها كصحافة يومية تتابع الأحداث يومًا بيوم، وهي صحيفة ذات توجه إسلامي، قريبة من أطروحات حزب جبهة

العمل الإسلامي، ويكتب على صفحاتها عدد من أبرز قادة الحزب، وتهتم الصحيفة بالتحليلات السياسية والتحقيقات الاجتماعية، بالإضافة إلى نشر العديد من الزوايا والأعمدة الثابتة التي تصب مجتمعة في خدمة الفكر الذي تدعو إليه *(أبو عرجة، 2003، 74-75)*. وصدر موقعها الإلكتروني بتاريخ11 /2004/10، وتضم عناوين يومية متنوعة منها: محليات، أخبار مهمة، اقتصاد، دراسات، تحقيقات اجتماعية... .

الشباب

لعب الشباب – كفئة اجتماعية – دورًا مهمًا في التاريخ الإنساني؛ وقد تميزت هذه الفئة بتأثيرها عبر العصور المتعاقبة في حركات الإصلاح والتغيير، وأدى هذا الدور المتزايد في الأهمية إلى دخول فئة الشباب إلى مسرح الأحداث الاجتماعية والسياسية والتنموية في المجتمعات كافة على الرغم من تفاوت خصائصها.

مفهوم الشباب

في ضوء الاطلاع على العديد من الدراسات والأبحاث التي تضمنت تعاريفاً لكلمة الشباب، نجد أن التعريفات قد تعددت وفقًا لمعايير ومنظورات مختلفة اجتماعية، ونفسية وسلوكية، حيث يشار إليها:

لغويًا: عرفّ بأنه "جمع شاب، وتعني أيضًا الحداثة والشبيبة، وهي خلاف الشيب *(الرازي، 1997، 253-254)*.

اصطلاحًا: فيعرف معجم (Webster) "الشباب على أنه فترة من الحياة تقع ما بين مرحلة الطفولة ومرحلة النضج أو البلوغ، وهي مرحلة مبكرة من النضج والنمو، وهي حالة وصفة للتعامل الإنساني القوي" *(Webster،1999،169)*.

وبرز أكثر من اتجاه لتحديد مرحلة الشباب وتعريفها، ويعود ذلك لاختلاف الحقول العلمية والإنسانية والاجتماعية التي تناولت موضوع الشباب، وسنركز على أهم هذه الاتجاهات التي تتمثل بالآتي:

1. **الاتجاه السكاني:** *(عبد المعطي، 2002، 189)*

اعتمد هذا الاتجاه على العمر في تحديد سن الشباب، وأشارت الدراسات إلى أن علماء السكان هم أول من حاول تقديم تحديد لمفهوم الشباب، إلا أنهم اختلفوا فيما بينهم حول نقطة البداية والنهاية لهذا العمر الشبابي، فهناك من يؤكد أنهم من يقعون بين سن (15–20) عامًا، أو هم من يقعون بين سن (15–30) عامًا، بينما ذهب بعض الباحثين إلى أن الشباب كمرحلة موزعة على مرحلتين هما:

– مرحلة المراهقة: وتبدأ بسن (13) سنة وحتى سن (21) سنة.

– مرحلة الرشد المبكر: وتمتد من سن (21) سنة وحتى (30) سنة.

2. **الاتجاه السيكولوجي:** يرى علماء النفس أن "الشباب عبارة عن حالة نفسية تصاحب مرحلة عمرية يتميز فيها الفرد بالحيوية والقدرة على التعلم، والمرونة في العلاقات الإنسانية، والقدرة على تحمل المسؤولية، وهم يربطون بداية مرحلة الشباب ونهايتها بنمو بنائهم الدافعي واكتماله " *(حبيب، 2000، 52)*.

3. **الاتجاه البيولوجي:**

ويؤكد هذا الاتجاه أن البعد الزمني يحدد للشباب المرحلة العمرية أو طورًا من أطوار نمو الإنسان الذي يكتمل فيه نموه ونضجه العضوي الفيزيقي، إلى جانب نضجه العقلي والنفسي، أما تحديد البداية والنهاية لهذه المرحلة فتتفاوت طبقًا للمعايير المتعارف عليه في كل مجتمع (عبد

القادر، 1998، 26). وقد أشار بعض الباحثين إلى أن المدى العمري الذي تقع فيه هذه الفئة في المجتمعات النامية تختلف عنها في المجتمعات المتقدمة. *(عرابي، 2002، 30)*.

4. الاتجاه الاجتماعي:

وينظر هذا الاتجاه إلى الشباب كظاهرة وحقيقة اجتماعية وليس كظاهرة سيكولوجية، ولعلماء الاجتماع تشخيصهم العلمي والموضوعي لفئة الشباب، ويروا "أن فترة الشباب تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل الشخص لكي يمثل مكانة اجتماعية، ويؤدي دورًا في حياته، وتنتهي حينما يتمكن الفرد من احتلال مكانة أو أداء دوره في السياق الاجتماعي، وفقًا لمعايير التفاعل الاجتماعي الذي يعتمد تحديدهم للشباب كفئة حسب طبيعة ومدى اكتمال الأدوار التي تؤديها الشخصية الشابة في المجتمع" *(مجلي، 2000، 52)*.

وهناك من رأى أن الشباب مرحلة يكون فيها الإنسان قادرًا مستعدًا لتقبل القيم والمعتقدات، والأفكار، والممارسات الجديدة التي عن طريقها يستطيع العيش في المجتمع الفاعل مع الأفراد والجماعات *(الحسيني، 1999، 30)*.

وتحدد منظمة الأمم المتحدة (United Nations) تعريف الشباب "بأنهم الأشخاص الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15و24 سنة، وكما تدرك اليونسكو أن الشباب هم مجموعة غير متجانسة في تطور مستمر، وأن التجربة "أن تكون شاباً" تختلف بشكل كبير بين المناطق وداخل البلدان" (تم استرجاعها ب2014/12/26 *(www.unesco.orj/youth)*.

أما في الأردن فقد قدم تقرير التنمية البشرية *(UNDP, 2014, 61)* تعريف الشباب بأنهم "الأشخاص في الفئة العمرية (15–24) سنة؛ لأن الشباب خلال هذه السنوات ينتقلون من المراهقة

إلى سن البلوغ، ويمرون في فترة انتقالية رئيسة عاطفية، وبدنية، واجتماعية تؤثر في دورهم المجتمعي في البيت وفي شتى مناحي مجتمعهم المحلي.

وأشارت معظم الإحصائيات السكانية إلى أن المجتمع الأردني مجتمع فتي وشاب، لا سيما إذا علمنا أن نسبة الشباب في الأردن في الفئة العمرية ما بين (12–30) سنة، كما حددتها الاستراتيجية الوطنية للشباب الصادرة عن المجلس الأعلى للشباب لعام 2004، (الاستراتيجية الوطنية للشباب،10،2004)، وصلت النسبة إلى 42,8 % من مجموع السكان في المملكة لسنة 2014*(دائرة الإحصاءات العامة،2014، 10)*. بينما بينت إحصائية المجلس الأعلى للسكان أنه تم عمل مسح لإعداد الشباب من الفئة العمرية(10–24) من قبل مركز المعلومات والبحوث في مؤسسة الملك الحسين بن طلال ودائرة الإحصاءات العامة، بدعم من الأمم المتحدة للطفولة، وصندوق الأمم المتحدة للسكان بهدف دعم الاستراتيجية الوطنية للشباب المنوي تطويرها من قبل المجلس الأعلى للشباب من أجل مراجعة السياسات والاستراتيجيات الوطنية ذات العلاقة بالشباب الأردنيين(المجلس الأعلى للسكان،2013، 16).

وفي ضوء ما سبق، تُلَّخِّصُ الدراسة خصائص الشباب التي أقرتها الدراسات والجهات ذات العلاقة الدولية والمحلية على النحو الآتي:

1. تكامل النضج الاجتماعي للشخصية أو اتساق هذا النضج على الجوانب العقلية والنفسية.
2. الشباب ظاهرة وحقيقة اجتماعية وثقافية تتصل بالمجتمع في جوانبه المختلفة.
3. الشباب هي المرحلة التي يكون فيها الإنسان قادرًا على تقبل القيم والمعتقدات والأفكار والممارسات المختلفة في المجتمع والتفاعل معها.
4. إن الشباب مرحلة الشعور بالمسؤولية، والقدرة على النهوض، والقيام بأدوار فعالة في المجتمع.

5. إن مرحلة الشباب مرحلة انتقالية (ترتبط فيما قبلها بمرحلة الطفولة التي تعد الفرد لاستقبال مرحلة الشباب، ومرحلة ما بعد الشباب التي يستفيد الفرد منها ما أمكن لاكتسابه من الخبرات والمواقف التي مر بها في الشباب)، وبالتالي فهي مرحلة الانفتاح على المتغيرات.

6. الشباب يشكلون طاقة كافية تحتاج إلى التدريب والإعداد والتوجيه للوصول إلى بر الأمان للمشاركة والتفاعل مع مناحي الحياة المختلفة.

أهمية الشباب

مرحلة الشباب من أهم المراحل التي يمر بها الفرد، حيث تبدأ شخصيتهم بالتبلور، وتنتظم معالم هذه الشخصية من خلال ما يكتسبه الفرد من مهارات ومعلومات، فهي من مراحل النمو الدقيقة التي تتميز بالحيوية، وترتبط بالقدرة على التعلم، والمرونة في العلاقات الإنسانية، والاتجاه نحو تحمل المسؤولية؛ لذلك يجب أن ننظر إلى صفات الشباب والتغيرات المعقدة في شخصيتهم، حيث تختلط فيها الرغبة في تأكيد الذات مع البحث عن دور اجتماعي، والتمرد على ما سبق إنجازه إلى جانب تدني الإحساس بالمسؤولية، والرغبة في مجتمع أكثر مثالية مع السعي الدائم نحو التغيير *(الفوال، 1992، 15)*.

وقد عبر*(brake.2013,2)* عن أهمية مرحلة الشباب كمرحلة عمرية، تلجأ إلى تكوين نسقها القيمي الثقافي الخاص بها، أو بما يعرف بثقافة الشباب، وهي الثقافة التي تعبر عن الشباب وتحمل قيمهم المعجونة على تحدي المجتمع وقيمه وثقافته، بمعنى أن ثقافة الشباب تكون ثقافة فرعية ومنشقة ومتطرفة وخارجة عن ثقافة المجتمع بشكل عام.

وتعدُّ فئة الشباب فئة مؤثرة وفعالة في المجتمع، ولكنها تتأثر بصورة مباشرة بطبيعة الأنظمة السياسية والاجتماعية والتربوية القائمة في المجتمعات، ويولي علماء الاجتماع أهمية

خاصة لدراسة ظروف الشباب وأوضاعهم، وعاداتهم، وتقاليدهم، وسلوكياتهم لوضع التوجهات المستقبلية المناسبة، وذلك وفق أبحاث علمية وميدانية تجري على العديد منهم، ويراهن القادة ومن يخططون لاستراتيجية التنمية المستدامة على الشباب قبل أن ينخرطوا في العملية الإنتاجية للمجتمع، أي وهم ما يزالون على مقاعد الدراسة *(الزيود، 2008، 166).*

وتتنوع في هذه المرحلة متطلبات الشباب وحاجاتهم، فمن الباحثين من أشار إلى حاجات ومطالب نفسية واجتماعية أهمها: *(الفقي، 1988، 374 والغباشي،2013، 167-169).*

- تقبل الذات حيث يسعى الشباب لإدراك ما يدور حوله.
- تقديم الرعاية الصحية والنفسية الأولية للشباب التي من شأنها أن تجعل من نموه نموًا متوازنًا، وإعطائه ثقافة صحية عامة تمكنه من فهم المتغيرات الجسدية في مرحلة المراهقة كمرحلة حرجة.
- تحقيق الاستقلال الانفعالي، كمقدمة لبناء شخصيته المستقلة وتأهيله لأخذ قراراته المصيرية في الحياة والعمل والانتماء بطرق طوعية بعيدًا عن التدخل.
- أما الحاجات الاجتماعية فتتحصر في:
- تحقيق الشباب لذاته بما يعنيه من اختيار حر وواعٍ لدوره ومشاركته للمجتمع، وشعوره بالانتماء لفكرة أو مجموعة اجتماعية لها أهداف عامة.
- توفير المعرفة والتعليم للشباب لما لهما من دور أساسي في حياة الفرد.
- توفير الترفيه والترويح للشباب، فحياة الشباب تحتاج إلى توفير أماكن للترفيه ومراكز ترفيهية وثقافية كدور السينما والمسرح والمتنزهات والمنتديات والمعسكرات الشبابية.
- توفير سياسات تربوية مقرونة بخبرات عملية ميدانية تعزز ثقة الشباب القياديين بقدراتهم وتضعهم أمام الاختيار الأجدى.

وقد ركز الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين على أهمية دور الشباب بقوله: "...ولأهمية دور الشباب، تعمل الحكومة على تنفيذ خطة شاملة لتطوير دور قطاع الشباب الذي تقع على عاتقه مسؤولية بناء المستقبل، وتسليحه بالعلم والمعرفة" *(الخطاب السامي،2010 ،67)*. كما أخذت المؤسسات والهيئات الشبابية الأردنية الرسمية، والتطوعية على عاتقها خلال السنوات الماضية مهمة كبيرة تجاه الشباب من أجل ترسيخ ثقافة شبابية مبدعة وفاعلة تعزز لديهم العديد من القيم الاجتماعية والبنائية والدينية والسياسية.

واقع رعاية الشباب في الأردن

تُعرف رعاية الشباب "على أنها الجهود المنظمة التي تتبعها المؤسسات والدوائر والوزارات المعنية بشؤون الشباب لرعايتهم وتربيتهم وتنشئتهم وإكسابهم مهارات متعددة، بالإضافة إلى تنمية معلوماتهم وثقافتهم، وزيادة وعيهم وصقل شخصياتهم ومهاراتهم وإكسابهم قيمًا واتجاهات إيجابية" *(السرحان، 2006 ، 39)*.

وقد تطورت رعاية الشباب مع تطور ظهور الأردن الحديث، وتعددت الجهات الرسمية والأهلية المعنية بالشباب تبعًا للظروف التاريخية والموضوعية التي رافقت مسيرة العمل الشبابي في الأردن، وتقسم الدراسة مراحل تطور رعاية الشباب في الأردن على أساس طبيعة الرعاية إلى المراحل الآتية: *(الزغل،1994 ،20)*

المرحلة الأولى: مرحلة الرعاية التلقائية – وهي المرحلة التي تمتد من تأسيس الإمارة (إمارة شرق الأردن) إلى عام 1939؛ إذ لم يكن خلال هذه الفترة دور واضح ومتبلور لرعاية الشباب، ولم يكن هناك أي مؤسسات متخصصة لرعايتهم، وإنما اقتصر الأمر على ظهور بعض النوادي الرياضية الأهلية الخاصة، وما تقدمه دائرة المعارف لطلبتها من نشاطات لا منهجية من خلال مدارسها

المتمثلة بالرياضة والأناشيد والرحلات والمسرح الذي يغلب عليه الطابع السياسي والذي يهدف إلى نشر الوعي السياسي لخدمة الفكرة القومية والنضال من أجل التخلص من الاستعمار، وهذا يعني أن الاهتمامات كانت ذات صبغة شعبية فرضتها طبيعة الظروف السياسية والاجتماعية السائدة.

المرحلة الثانية: مرحلة الرعاية الثانوية التي امتدت من عام 1939 ولغاية عام 1965، حيث احتلت رعاية الشباب مركزًا ثانويًا في المؤسسات الحكومية، بينما احتل التعليم المرتبة الأولى، فيما ركزت المؤسسات الأهلية على الجانب الرياضي في رعايتهم، وبرزت عدة مؤسسات بدأت بتقديم خدماتها للشباب، وكانت هذه الاهتمامات محكومة بقانون الجمعيات الخيرية. وهنا لا بد أن توثق الدراسة اهتمام المغفور له جلالة الملك الحسين طيب الله ثراه بالشباب في هذه المرحلة، ورسالته السامية للحكومة بتاريخ15 كانون الأول 1960 بمتابعة شؤون الطلبة الدارسين في الخارج، موجهًا في أحد رسائله قائلًا:...وإبقاء على صلة هؤلاء الشباب بوطنهم يجب أن يطلعوا على أخباره وأحداثه، وأن يتم ذلك بنشرات إخبارية وأخرى توجيهية ترسل إليهم بواسطة ممثليهم السياسيين، وأن تقوم بذلك دائرتا الإعلام والمطبوعات، وأن ترسل إلى كل طالب الخطب التي نلقيها أو يلقيها المسؤولون الأردنيون في الداخل أو في المحافل الدولية...وفي موقع آخر من الرسالة نفسها قال: ...أن يشعر الشباب بمدى اهتمامنا بهم وبالأعمال التي يعلقها المواطنون عليهم ليقدروا عظم المسؤولية الملقاة على عاتقهم عند تخرجهم وعودتهم إلى الوطن، وأن أي خدمة تقدم لهؤلاء الشباب إنما هي خدمة لامتنا ووطننا، وإننا يجب أن نعدهم أعدادا صالحًا قويًا مستقيمًا*(نقلًا عن أبو دية،2009 ،106-162)*، وفي عام 1961جاء قرار الملك الحسين بن طلال بإقامة معسكرات الحسين للشباب الأردني، لتشمل برامجها تعزيز الانتماء والحس الوطني من خلال فعاليات ثقافية وأعمال تطوعية (*المجلس الأعلى للشباب،www.hcy.gov.jo*).

المرحلة الثالثة: مرحلة الرعاية الرسمية للشباب التي بدأت ملامحها بناءً على توجيهات من الملك الحسين بن طلال في خطابه الذي ألقاه في الدورة الرابعة لمجلس الأمة عام 1966، وأصبحت رعايتهم منوطة بمؤسسة رعاية الشباب، وقد حدد قانون رعاية الشباب رقم 13 لسنة 1968 أعمالها ومجال نشاطاتها وتبعيتها لرئاسة الوزراء والتي استمرت حتى عام 1977، وبعدها أُنشئت وزارة الثقافة والشباب، وبقي قانون المؤسسة يحكم الوزارة حتى عام1984، حيث أفردت وزارة خاصة بالشباب وبقي قانون المؤسسة يحكم عملها حتى عام 1987، بصدور قانون رعاية الشباب لسنة 1987*(الزغل، مصدر سابق ،20-21، www.hcy.gov.jo تم استرجاعه بتاريخ 2015/1/30).*

كما وجاء خلال هذه المرحلة الميثاق الوطني عام 1991، ليؤكد على أن الشباب هم ثروة الوطن البشرية، وعلى الدولة أن تضع السياسات والبرامج الوطنية لحشد طاقاتهم وتأهيلهم لتحمل المسؤولية والانخراط في العمل المنتج المعبر عن إمكاناتهم في التجديد والابتكار، وتوجيه قدراتهم نحو البناء والتنمية *(خطايبة،2007، 38).*

المرحلة الرابعة: مرحلة الاهتمام المؤسسي الموجه مباشرة لرعاية الشباب التي بدأت من عام 2001 منذ تسلم الملك عبد الله الثاني ابن الحسين لسلطاته الدستورية بصدور القانون المؤقت رقم (65) الذي تم بموجبه الفصل بين الشباب والرياضة، وعلى أثره تم إلغاء وزارة الشباب وتشكيل المجلس الأعلى للشباب استجابة لتوجهات ملكية بضرورة وضع الشباب على سلم الأولويات الوطنية، وتنشئة جيل من الشباب المؤمن بعقيدته والمنتمي لوطنه وأمته وعروبته؛ إذ حَدد قانون المجلس أهداف رعاية الشباب الأردني من خلال الاستراتيجية الوطنية للشباب التي أطلقت بتاريخ 2005/5/28، والمتمثلة في تشكيل إطار عام ومنظم لجهود المعنيين برعاية الشباب الأردنيين وتنميتهم، إلى جانب تعميق ولاء الشباب للوطن والملك، واحترام الدستور والقانون، وتنظيم طاقات

الشباب وترسيخ قيم العمل الجماعي والتطوعي للمشاركة في التنمية الوطنية المتكاملة ثقافيًا واجتماعيًا واقتصاديًا، وتوجيه الشباب بما يعكس خصوصية الأردن ومبادئه التي يؤمن بها، وتطلعاته المستقبلية في هذا المجال، وتعميق مفهوم الثقافة الوطنية بمفهومها الشامل في أذهانهم، وإيجاد دور فاعل لهم في الإعلام، وتمكينهم من المشاركة في صياغة الإعلام الوطني، وكذلك التوعية بأهمية تكنولوجيا المعلومات، واستخدامها كأداة لتمكين الشباب من العيش في حياة ممتعة ومفيدة *(المجلس الأعلى للشباب،2004، 15-18).*

وتم طرح العديد من المبادرات والبرامج الريادية، منها تأسيس صندوق الملك عبد الله الثاني ابن الحسين عام 2001، وكان من أهم أهدافه دعم الأنشطة وتوفير البرامج التأهيلية والتدريبية التي تحفز طاقات الإبداع والتميز لدى الشباب وتنمية مواهبهم*(www.kafd.jo، صندوق الملك عبد الله للتنمية والتشغيل، تم استرجاعه بتاريخ2015/1/30).*

وتعزيزًا لدور الشباب، أُطلقت هيئة شباب كلنا الأردن كمبادرة رائدة وحضارية بإرادة ملكية في الخامس من تشرين الأول لعام 2006، وقد هدفت إلى توفير منبر مؤسسي ليتفاعل من خلاله الشباب في جميع مواقعهم مع السياسات والبرامج الموجهة إليهم في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فاستقطبت الشباب وفتحت أبوابها للجميع كمتطوعين ومستفيدين، بهدف تفعيل الشريحة التي تشكل ثلثي المجتمع كشركاء في التنمية وباعتبارهم ركيزة أساسية في مواجهة التحديات الوطنية *(القروم،2010 ،510، وwww.ajyc.jo"" هيئة شباب كلنا الأردن، تم استرجاعه بتاريخ2015/1/30).*

مشكلات الشباب الأردني

الشباب في أي مجتمع جزء لا يتجزأ منه، وبنية أساسية من بنى ذلك المجتمع، تتفاعل معه بصورة ديناميكية تبادلية، فهي تتأثر به، وتؤثر فيه، بما يحقق في النهاية تعاون المجتمع واستقراره، ففي ظل التغيرات الكثيرة التي شهدها المجتمع الأردني، فإن هذه الفئة أصبحت تواجه مشكلات عديدة، تبلورت في عدم إشباع حاجاتها البيولوجية والاجتماعية والنفسية والسياسية والاقتصادية، بالإضافة إلى المشكلات التي تتعلق بطبيعة المرحلة العمرية التي تم التحدث عنها في بداية هذا المبحث.

وقبل أن نتناول أبرز مشكلات الشباب لا بد لنا من توضيح المقصود بالمشكلات: "وهي تعني مظاهر سوء التكيّف السليم التي يتعرض لها الشباب فتقلل من فاعليتهم وكفايتهم الاجتماعية، وبالتالي تحد من قدرتهم في بناء علاقات اجتماعية إيجابية مع الآخرين، وتحقيق القبول الاجتماعي" *(شكارة، 1984، 160).*

وبعد الاطلاع على العديد من الدراسات التي تناولت مشكلات شباب العرب بشكل عام، ومشكلات شباب الأردن بشكل خاص، فسيتم تناول مشكلات الشباب وفق المحاور الرئيسة الآتية:

أولاً: المشكلات التربوية:

هناك عدة مشكلات تربوية برزت في حياة الشباب، وأخذت طابع عدم الرضا لديهم، لتصورهم بوجود تقصير من جانب الآخرين لهم سواء الأسرة أو المدرسة، أو الجامعة أو مؤسسات المجتمع ككل، وهذا التصور انعكس على طبيعة علاقتهم بمن حولهم، وتتمثل هذه المشكلات بضعف الإرشاد والتوجيه السليم، والدور الهامشي الذي يحتله الشباب الأردنيون في الأسرة والمجتمع، إلى

جانب إتباع طرائق التعليم التقليدية بدلًا من خلق روح الإبداع والتفكير والحوار العلمي، والتفاعل مع الشباب *(الزغل، مصدر سابق، 48)*.

ترى الدراسة أنه في عصر الانفتاح والتسارع التكنولوجي الإعلامي، وكون الشباب هم الأكثر تفاعلاً مع هذه الوسائل، والأكثر تأثرًا بها، تكاد تعصف ببعض قيمهم التربوية، فلا بد من أن يتعامل أهل العلم والفكر مع جيل الشباب برؤية جديدة تحول دون طمس قيمه التربوية والدينية جراء هذا التسارع.

ثانيًا: المشكلات الاجتماعية:

بينت العديد من الدراسات أن المشكلات الاجتماعية تبدأ منذ خروج الشاب من المنزل والاحتكاك بالمجتمع، ولَمس التناقض الواضح بين المثاليات التي نركز عليها، والواقع الشاذ المخالف لها، كما ركزت على أهمية الجانب الاجتماعي لمشكلات الشباب التي تلعب كل من عملية التنشئة الاجتماعية والتربوية الأسرية، وكذلك العلاقات الاجتماعية دورًا مساهمًا في إبرازها وتتلخص بالآتي:

1. **ضعف الثقة بالنفس:** إن التنشئة التقليدية تساعد على ظهور هذه المشكلة خاصة عندما يتعرض الشباب لتحديات تتطلب مواجهة ذهنية عالية، لا يمكن توافرها في ظل الخلفية الاجتماعية التقليدية خاصة إذا كانت هذه الخلفية خالية من عنصر التشجيع والابتكار *(شكارة مصدر سابق، 167-168)*.

2. **التقليد الاجتماعي الأعمى:** وهي من أهم المشكلات والمظاهر الاجتماعية التي تواجه الشباب خصوصًا في مجالات العادات الاجتماعية والموجات المتسارعة والانحرافات السلوكية، وغير ذلك

من الأمور التي تتعلق بالشكليات التي تؤدي إلى خلق فجوة بين المرء وواقعه، وتغلف ذات الشباب بمشاعر الغربة والانسلاخ والانتماء *(الباز،2004 ، 271)*.

3. بروز ظاهرة تمرد الشباب: حيث بات الشباب يعاني من مشكلات التناقض بين القديم والجديد، أو بين الموروث والمستحدث، أو بين الأصالة والمفاهيم المعاصرة، كما أصبح يعاني من الأمية الدينية والسياسية والثقافية والوظيفية، وعدم القدرة على استثمار علومه في حياته الاجتماعية واليومية، والشعور بالقلق إزاء مستقبلهم المهني، كما يعانون من مشكلة التوفيق بين حاجاتهم الجنسية وقواعد الأخلاق، ونجم عن هذه التناقضات والتغييرات المشكلة الاجتماعية المتمثلة برفض الشباب وتمردهم على الأوضاع القائمة *(زواوي،2013، 682)*.

ثالثًا: الاغتراب

تعد ظاهرة الاغتراب مشكلة اجتماعية ونفسية إنسانية عامة، وهي شائعة بشكل كبير بغض النظر عن النظام السياسي الثقافي والاتصالي السائد في المجتمع، فالاغتراب كظاهرة جزءٌ من نسيج الحياة اليومية للإنسان، وتنعكس أبعاده في كل مناحي الوجود الاجتماعي والثقافي، وهي تأتي نتيجة لإكراهات متنوعة تتمثل في القمع التاريخي والاجتماعي والسياسي والأخلاقي والاقتصادي *(وطفة، 1998، 424)*.

ويجمع الباحثون أن هيجل هو أول من استخدم هذا المصطلح استعمالاً منهجيًا مقصودًا ومفصلاً *(غيث، 2006، 18)*. وقد عرض محمود رجب عام (1988) عدة مراحل توضح تاريخ مصطلح الاغتراب والمسار الذي سلكه إلى أن وصل إلى ما هو عليه الآن من انتشار في حياتنا، والمراحل الثلاث منها:

- **مرحلة ما قبل هيجل:** وفيها حمل مفهوم الاغتراب معانٍ مختلفة يمكن إجمالها في ثلاثة سياقات هي: الأول: قانوني (بمعنى انتقال الملكية من صاحبها وتحولها إلى آخر). الثاني: ديني (بمعنى انفصال الإنسان عن الله سبحانه وتعالى)، الثالث: نفسي اجتماعي (بمعنى انفصال الإنسان عن ذاته ومخالفته لما هو سائد في المجتمع).
- **مرحلة ما بعد هيجل:** وفيها بدأت النظرة الأحادية إلى مصطلح الاغتراب، أي التركيز على المعنى السلبي للاغتراب فقط، حيث اقترن المصطلح بكل ما يهدد وجود الإنسان وحريته *(نقلاً عن خليفة، 2003، 21-22)*.

وثمة نتيجة أكدتها دراسة *(الحديدي،1990 ،167)* مفادها أن نسبة لا يستهان بها من الشباب الأردنيين يعيشون حالة من الاغتراب يشعر الشباب فيها بعدم القدرة على التأثير في مجريات الأحداث التي تهم مجتمعهم، وعدم فهمهم لما يجري حولهم نتيجة عزلتهم، وهذا يعني كما أشارت الدراسة أن الشباب الأردنيين لديهم شعور بالعزلة والانفصال عن المجتمع العام والحياة السياسية، فهو خارج الحياة الاجتماعية ومجرد ممارس لدوره الحيوي فيها.

رابعًا: البطالة

تعدُّ مشكلة البطالة من أخطر المشكلات التي تواجه الاقتصاد الأردني منذ عقود، في ضوء التغييرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية العميقة التي طرأت على بنية المجتمع الأردني التي كان من أهمها مشكلة البطالة، وأشارت دائرة الإحصاءات العامة في تقريرها حول نسبة البطالة في الأردن والذي صدر في شهر أيار لعام 2011، أن نسبة البطالة بين الشباب في الفئة العمرية من (15-24) بلغ 10,4% بين الذكور، مقابل 21,7% بين الإناث، وبالمقابل كان معدل بطالة البالغين ممن أعمارهم25 سنة فأكثر بلغت حوالي 6,6% للذكور، مقابل 14,6% للإناث، ويشير

التقرير أن معدل بطالة الشباب في الفئة العمرية من (15–25) سنة أعلى مقارنة مع نسبة البطالة للفئة العمرية 25 سنة فأكثر، وبقي معدل البطالة بارتفاع طفيف لعام2013 بنسبة 6,12%، منها 12,6% للذكور 22,2% وللإناث(دائرة الإحصاءات العامة،7،2011–2و2013: 59).بينما بلغت معدلات البطالة لأفراد قوة العمل الأردنية الذين أعمارهم (15– 25) لسنة (2014) نسبة 11.9% *(دائرة الإحصاءات العامة،2014، 10)*، أي بارتفاع طفيف عن العام 2013.

وقد ركز الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين منذ السنوات الأولى لتوليه سلطاته الدستورية على إيجاد الحلول المناسبة لمشكلة البطالة مشددًا على أن دور الرئيس كقائد هو تخفيض مستوى البطالة والحد من حجم الفقر في البلاد *(الخطاب السامي، 2000، 190)*، بينما أشار في مواقع أخرى من خطاباته السامية قائلاً: ..."وحيث إن أكثر من نصف سكان المنطقة العربية هم دون الثامنة عشرة، فإن حوالي ستة ملايين باحث جديد عن العمل ينضمون إلى قوة العمل سنويًا، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن معدلات البطالة حاليًا تصل إلى أكثر من 15% سنوياً، فإن ذلك يعني أنه لا يوجد فرص عمل كافية وبالتالي ليس هناك أمل كافٍ" (الخطاب السامي،2002 ،21). وبالمقابل نوّه في إحد خطاباته إلى ضرورة التفكير بالمستقبل من أجل تحقيق آمال الشباب وطموحاتهم والمساهمة في الحد من مشكلة الفقر والبطالة قائلاً: "لكننا نفكر بالمستقبل، ونفكر بجيل الشباب وكيفية تحقيق آمالهم، ونسعى إلى توفير التعليم الجيد لهم؛ لأننا نرى أن هذا الأمر سيساهم في الحد من الفقر والبطالة" *(الخطاب السامي، 2004، 136)*.

وفي مقالة نشرت في صحيفة عمون بقلم سهير العلي[1]* بتاريخ 2015/1/27 أشارت إلى أن معدل البطالة للفئة العمرية من (20–24سنه) بلغت حوالى30%، مما سينجم عنه مشاكل

---

[1] -* وزيرة أردنية سابقة تولت حقيبتين وزاريتين للتخطيط والتعاون الدولي بتاريخ 2005/11/27 و2005/4/7.

اجتماعية واقتصادية مختلفة كالفقر والإحباط، وهذا برأيها سيشكل خميرة العنف المجتمعي ونموه (العلي، 2015،ج4/1). وهذه مؤشرات تؤكد أنه لا يمكن تحقيق أي تنمية سياسية واجتماعية وثقافية دون الاعتماد على عنصر الشباب؛ لأنهم عنصر القوة والهمة والعطاء، قال تعالى "إنهم فتية آمنوا بربهم فزدناهم هُدى"[1]* وقال صلى الله عليه وسلم: "أوصيكم بالشباب خيرًا، فإنهم أرق الأفئدة، فلقد بعثني الله بشيرًا ونذيرًا فحالفني الشباب، وخالفني الشيوخ"، وقال أيضًا : "نُصرت بالشباب"، وترى الدراسة أن هذا يدل على رؤية عميقة لأهمية الشباب اجتماعيًا وسياسيًا؛ لأن قوة المجتمع وسلامة بنيانه وتماسكه لا يمكن أن يتم إلا بوجود جيل من الشباب المدرك لحقوقه وواجباته، والقادر على تحمل المسؤولية والالتزام بقضايا أمته ووطنه، والمبادر للتنمية والعمل والبناء.

تأثير وسائل الإعلام على الشباب

أقر الباحثون في مجال وسائل الإعلام والمجتمع بتأثيرها على الجماهير بقطاعاته المختلفة، وبينو أن هذه الوسائل تلعب دورًا أساسيًا في عملية التوجيه والتنشئة الاجتماعية وخصوصًا لفئة الشباب، فهي تحدد لهم الأولويات، وترسم لهم الأجندات، ومن خلال القائمين عليها تمارس دور حارس البوابة بما يمررون ما يريدون، ويمنعون ما يريدون، وهي تلون المعلومات والأفكار تارة، وتضخمها وتعتم عليها تارة كيفما شاءت، ويؤدي الإعلام دورًا مهمًا في توعية الشباب وتوجيههم؛ لذا لا بد من توعية الشباب حول كيفية التعامل والتفاعل مع الإعلام بشفافية ومنطقية ومحاكاة، والاستفادة منها بما يخدم القضايا الوطنية والقومية في ضوء الثقافة الكونية الواحدة التي يتعرض لها الشباب *(الغباشي، 2013، 170-171)*.

[1] -* سورة الكهف: الآية 13.

وذهبت بعض الأبحاث بالقول "إلى إنه مع تزايد اعتماد الجمهور على وسائل الاتصال وفي ضوء تعدد نوعيات وجنسيات ما هو متاح منها، أصبح لهذه الوسائل بما تنقله من رؤى وأفكار تأثير كبير لا يستهان به في صنع ثقافة المتلقي، وبما تنطوي عليه هذه الثقافة من قيم وتوجهات ومواقف تصوغ في النهاية للمتلقي هويته ونسقه الثقافي العام" *(أبو يوسف،2001، 1).*

وتؤكد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن الإعلام يتضمن العديد من المظاهر المهمة في حياة الأفراد، ويقع تأثيرها إلى حد كبير في طبيعة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية (المصري،2000 ،261)، وكذلك أهمية وسائل الإعلام وتأثيرها في تشكيل الاتجاهات والقيم لدى الجماهير (الفارس،2004 ،24).

فمن الآثار الواضحة لوسائل الإعلام إشاعة سلوك اللامبالاة وتشويه القيم عند الشباب بما تقدمه من نماذج للشباب في شكل مواقف عاطفية متأججة بحيث تعبث بكل ما يواجهونه من قيم ومعايير عليا، وهذا النوع من التلاعب باتجاهات الشباب وتوجيه رغباتهم من أخطر التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام، حيث يعمل بعض أصحاب المؤسسات الإعلامية الموجهة إلى توجيه الشباب بحسب المصالح الغربية وسياساتها في المنطقة العربية، من خلال حقن الوجدان القومي بمعايير وسلوكيات قد لا تتوافق مع ثقافتنا وقيمنا *(السيد، 1992، 138، والفارس، 2004، 35).*

ولكن هناك حقيقة أشار إليها الباحثون تؤكد بأن الإنسان مهما بلغت قدرته، لا يمكن أن يتابع إلا القدر اليسير مما يدور حوله من أحداث وقضايا، لكن من خلال اتساع شبكة وسائل الاتصال، وفي ضوء التطور الهائل في ضخ المعلومات، يستطيع الفرد أن يلم ويتعرف على أهم ما يحدث في العالم، وهذا الأمر يساعد في تكوين آرائه واتخاذ قراراته، ولوسائل الإعلام تأثير مهم في تكوين هذه الآراء، وفي كثير من الأحيان يتلقى الفرد معلوماته من خلال الأفراد المحيطين به، أو

من الذين يعتبرهم قدوة لحياته، وبما أنه لا يمكن لجميع الناس متابعة الوسيلة الإعلامية نفسها للحصول على المعلومات ، هنا تنشأ آراء مختلفة حسب طبيعة المتلقي واهتماماته والمعلومات التي يحصل عليها *(عبد الباسط، 1982، 221).*

ولكي تصل وسائل الإعلام بفكرتها إلى المتلقي، يجب أن تُصوغ رسالتها بأساليب تكون أكثر تأثيرًا مع طبيعة الجمهور المُخاطب وشخصيته، وذكر الباحثون العديد من الأساليب الإعلامية التي يمكن أن تستخدم في مخاطبة الشباب لتكون أكثر تناسبًا لهم وتأثيرًا فيهم، وهذه الأساليب تتلخص بالآتي: *(مكاوي،2012 ،96-99 والغباشي، مصدر سابق،177-178).*

1) الأسلوب الجدلي: ويطلق عليه الأسلوب السببي الذي يعتمد في تقديم الرسالة الإعلامية على قوة الحجج والبراهين والدلائل المناسبة التي تساعد وسائل الإعلام في تقوية طرحها، بهدف التأثير وإثارة المشاعر نحو قضية معينة.

2) الأسلوب التجزيئي: أي عرض الفكرة الأصلية للرسالة الإعلامية والتركيز عليها، ومن ثم الانتقال للأفكار الأخرى الفرعية على اعتبار أن الجماهير تأخذ الأمور بعمومها.

3) الأسلوب المقارن: ويعتمد هذا الأسلوب على المقاربة بين فكرتين أو طرحين، بهدف تحديد الفرق بينهما.

4) الأسلوب الدلالي: ويقصد به الاستشهاد بالأدلة المنطقية والحجج الواقعية والبراهين الموضوعية، بالاعتماد على المصادر الموثقة والاستشهاد بالحوادث الحقيقية والأمثلة الواقعية، وكذلك استخدم المشاهير والقادة، لإضفاء صفة الشرعية لموقف القائم بالاتصال مما يزيد من قدرته على الإقناع.

5) الأسلوب القصصي: وهو من أهم أساليب الخطاب الإعلامي على اعتبار أن المخاطَب يستمتع بتتبع تفاصيل القصة، وفي الوقت نفسه يستفيد من العبرة المتواجدة بين طياتها.

6) الأسلوب الساخر: وهذا الأسلوب له تأثير كبير في الرأي العام، ويتضمن استخدام الصور والرسوم الكاريكاتورية، للوصول إلى العقل بدون عناء.

7) أسلوب التكرار: إن التكرار في الرسالة الإعلامية يساعد على الإقناع، وتؤكد الدراسات التي أجراها "بارتليت" أن التكرار يقوم باستمرار بتذكير المتلقي بالهدف من الرسالة، ويثير في نفس الوقت نفسه رغباته واحتياجاته.

8) أسلوب الشعارات: وهو عملية توظيف الكلمات البسيطة التي تصدر عن الزعماء في كل حركة من الحركات السياسية والاجتماعية، ثم تمريرها للرأي العام، وقد تدخل فيها الأناشيد والقصائد والأغاني الوطنية.

9) الأسلوب الإحصائي: ويعتمد على الأرقام والإحصائيات ونتائج الاستفتاء، وهذا الأسلوب يضفي الكثير من المصداقية على المعلومات والأفكار الإعلامية التي يراد تقديمها للشباب فتكون أكثر تأثيرًا.

10) الأسلوب الموضوعي: يعتمد هذا الأسلوب على طرح كافة الموضوعات ومناقشة كافة القضايا بتجرد وشفافية بلا تحيّز وذلك بطرح كافة الآراء المؤيدة والمعارضة، أي الراي والرأي الآخر وقد ثبت علميًا وعمليًا صحة هذا الأسلوب في التأثير والتغيير في الشباب.

11) الإعلامية الإقناعية: وهي أسلوب الاستمالات العاطفية، باستخدام الرموز، والدلالات، والأساليب اللغوية كالتشبيه والاستعارة، والكناية بقصد التأثير في وجدان المتلقي. والاستمالات العقلانية: وتعتمد على استخدام الحجج والمعلومات والأرقام الإحصائية والأحداث الواقعية.

12) أسلوب الحوار: وهو من أنجح الأساليب في مخاطبة الشباب والتأثير فيهم.

وفي ضوء ما تم تقديمه من أهمية لمرحلة الشباب وما يحتاجونه من رعاية وتوجيه تربوي واجتماعي وسياسي، يتضح لنا أن الاهتمام بالشباب ورعايتهم هو مشروع وطني قومي؛ إذ يتوقف حاضر الوطن ومستقبله على مدى إعدادنا ورعايتنا لهم، فلا بد أن يكون الشباب شركاءَ في كل الموضوعات التي تتعلق بحاضرهم ومستقبلهم، على اعتبار أنهم هم الذين يعيشون الحاضر بكل ما فيه من تحديات وطموحات، فالشباب ما زالوا يشكلون مصدرًا لم يُستغل بشكل وافٍ من أجل تحقيق التنمية والتغيير والتقدم في العديد من المجتمعات خاصة التقليدية منها في ظل تأثيرات العولمة، وما تطرحه من أنماط معيشية وعادات ثقافية موجهة بشكل مباشر لأجيال الشباب؛ لأنهم الأقدر على الاستجابة والتقبل السريع لأي مفاهيم اجتماعية وثقافية وسياسية خارجة عن المألوف.

الخطاب

وقبل تناول طبيعة العلاقة ما بين الخطاب السياسي والإعلامي محور اهتمام الدراسة، لا بد من تعريف الخطاب وبعده التاريخي أولًا، ومن ثم تعريف الخطابين الاعلامي والسياسي والعلاقة المتبادلة بينهما.

لتعريف التاريخي للخطاب : لقد ورد مصطلح الخطاب مقترنًا بحقول المعرفة المختلفة، مثل الخطاب السياسي، أو الاجتماعي، أو الديني، أو التاريخي. هذا وقد لقي أيضًا تعاريف متعددة على مر التاريخ، وسيتم تناولها وفق الآتي:

الخطاب في القرآن الكريم: ورد الخطاب في القرآن الكريم ضمن سياقات مختلفة، منها قوله تعالى: [وَشَدَدنَا مُلكَهُ وءاتيَناهُ الحِكمَةَ وَفَصلَ الخِطَابِ][1]* والمعنى المقصود من الخطاب البيان والتبيان وتجنب الإبهام والغموض واللبس*(ابن كثير،330،*1983*)*، ويرتبط في قوته "بقدرة

---

[1]- * سورة ص ، آية 20.

المخاطِب على التعبير عما يخطر في باله،أو ما يجول في خياله، ويختلف الناس في التعبير، فمنهم من يكون قادرًا على ضبط المعنى، والتعبير عنه إلى أقصى غاياته"(*الرازي،1983 ،187-188)* الأمر الذي اكسبه قدرة تعبوية، وسلطة مؤثرة في السامعين.

وقد نظر العرب القدامى من الأصوليين للخطاب" بأنه الكلام المقصود منه إفهام من هو متهيئ للفهم" وقد ميزوا بين الكلام العام، والخطاب بوصفه نوعًا من الكلام المراد به العموم *(الزمخشري، لا ت 237*، 200*-240)*.

أما مفهوم الخطاب عند المعاصرين فقد تعددت مفاهيمه، نظرًا لاختلاف الرؤية له، ونذكر من ذلك رأي (الكفوي،1993،1094):"الكلام هو الذي يقصد به الإفهام، والخطاب: هو اللفظ المتواضع عليه والمقصود به إفهام من هو متهيئ لفهمه". كما يعني الخطاب: "كل ما يصدر عن المخاطِب من كلام أو إشارة أو إبداع فني" *(استيتيه،2002 ،15)*.

وقد عُرّف بأنه " مجموعه من التعابير الخاصة التي تتحدد بوظائفها الاجتماعية، ومشروعها الأيديولوجي" *(علوش،1985 ،83)*.

أما مفهوم الخطاب في الثقافة الغربية فقد نال حظًا وافرًا من الاهتمام، حيث كانت أول محاولة تهدف إلى ضبط المفهوم الفلسفي للخطاب ترجع إلى أفلاطون، وكانت تلك المحاولة بادرة إلى بلورة ملامح الخطاب في الثقافة اليونانية *(إبراهيم،1993 ،59)*.

ومع بداية الاهتمام باللسانيات في القرن التاسع عشر، كان فرديناند سوسير هو من وضع الخطوط العامة للغة الخطاب وذلك عام 1876، وبالنسبة له الخطاب عبارة عن أنشطة وممارسات فعلية اتصالية تشكل حقلًا للخبرة البشرية *(www.sitefredinandAcade`mique وجواد،1998 ،70)*.

وقد خطا اللسانيون من بعد سوسير خطوات عديدة نحو تحديد مصطلح الخطاب وتعريفه، ومن أبرز من عرفه "هاريس"*[1](Harris) بأنه "ملفوظ طويل أو متتالية من الجمل"، وبنيفيست*[2] (Beneveniste) عرفه بأنه" كل تلفظ يفترض متكلمًا، ومستمعًا، بهدف التأثير على المتلقي بطريقة ما"*(نقلًا عن يقطين،1997، 19)* كما عرفه في موضعٍ آخر بأنه مظهر من مظاهر الكلام المرتبط بشخصٍ ما"*(BAARY,2003,6)*.

أما تودروف (Todrouv) فقد عرفه بأنه" أي منطوق أو فعل كلامي يَفترض وجود راوٍ ومستمع وفي نية الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما" *(تودروف،1993، 48)*.

وذكر ميشيل فوكو *(فوكو،1987، 31 و34)* أن الخطاب هو" النصوص والأقوال، كما تعطي مجموع كلماتها ونظام بنائها وبنيتها المنطقية، أو تنظيمها البنائي، كما وذكر في موضع آخر أن الخطاب" نظام تعبير مقنن ومضبوط"، وأيضًا يرى أن الإبهام الذي يحيط بتعريف الخطاب يعود إلى اختلاف الفهم وتطوراته لدى الباحثين في النظرة إلى الخطاب على اعتبار أنه مجموعة من أفعال الصياغة والجمل والقضايا. وترى الدراسة أن أهم ما يلاحظ على التعريفات التي تناولتها، أن كلًا منها يبرز خصيصة من خصائص الخطاب، ففي حين ذهب الخطاب العربي في تعريفه على المعني والأهمية في التعبير والتأثير، ركز هاريس على بنية الخطاب، بينما التفت كل من بنيفيست وتودروف إلى جزئية التلقي والتأثير، وذهب فوكو للتركيز على بنية الخطاب وبنائه.

---

[1]ـ* هاريس: أول من اهتم بدراسة الخطاب، من الغربيين.

[2] - *إميل بينيفست عالم لغة، فرنسي الأصل، ولد في حلب(سورية) ودرس منذ عام1928 علم النحو المقارب للغات الهنديو أوروبية وعلم اللسانيات،) Dictionary.com).

الخطاب السياسي

تعرف *(سميسم،1997 ،111)* الخطاب السياسي بأنه" معرفة منظمة خاصة بجانب محدد من الواقع، أو من ظاهرة محددة"، والمحَدِّدُ لجنس الخطاب هو ما يتناوله في جانب من جوانب الواقع، كالخطاب السياسي والإعلامي. كما عرفه*(Breton,1998,3)* بأنه" نشاط إنساني يتخذ أوضاعًا تواصلية متعددة، ووسائل متنوعة، ويهدف إلى إقناع شخص، أو مستمع، أو جمهور ما، بتبني موقف ما، أو المشاركة في رأي ما...". كما تم تعريفه "بأنه إحدى المهارات الاستراتيجية للسياسيين التي بدونها تنتفي فاعلية الاتصال بين القادة والجماهير" *(سيباني، 2009 ،199)*.

وهناك من رأى أن الخطاب السياسي يختلف عن غيره من الخطابات من حيث البناء اللغوي والأسلوب، وكذلك لغته التواصلية، التي تتطلب متلقٍ متمرس حتى يفك شيفرتها، وأن الخطاب السياسي على الرغم من أنه خطاب تواصلي يعتمد الوضوح والمباشرة والإفهام والإقناع والتأثير في المتلقي، إلا أنه يحتاج إلى تأمل لما يتسم به من دلالات إيحائية، واللجوء إلى الغموض باستخدام الاستعارات والاستمالات الخاصة التي يلجا إليها الخطاب ليكون أكثر إقناعا وتأثيرًا في المتلقي *(عكاشة،2007 ،27-28 وأبو بكري،2013 ،96)*. بينما رأى *(الشهري،2004 ،149)* أن الخطاب السياسي "يمثل" نشاطًا تواصليًا موجهًا لتحقيق هدف، وهو ما أجمع عليه عدد من الباحثين في هذا المجال".

والخطاب السياسي خطاب تعبيري له لغة جاذبة للجماهير، ويعمل في أحيان كثيرة على طرد القوى الأخرى المنافسة على ساحة استقطاب الجماهير*(الحميري،2014 ،140-141)*، وكما يبنى الخطاب السياسي على مواقف الصراعات والأزمات والخلافات والظروف المحيطة بالمجتمع

السياسي، فالموقف هو الذي يتسبب في صنع الخطاب، وتقوم السلطة بصنع الكوادر البشرية التي تعمل على تدعيم خطابها وترويجه *(عكاشة،2005، 248-249)*.

وفي ضوء ما تم ذكره من تعريف بأهمية الخطاب السياسي، يتبين لنا أن الخطاب السياسي يتأثر في مضمونه ومدلولاته بالحياة السياسية للمجتمع الذي يتكون فيه؛ لذا فهو خطاب واقعي يتصف بالدقة والشمولية، ويتناول جميع المواضيع الداخلية والخارجية بموضوعية مدعمة بالحجج والبراهين ليكون مقنعًا ومؤثرًا.

الخطاب الإعلامي

إذا كان "الخطاب السياسي" يعني تصور الواقع وتمثله، فإن الخطاب الإعلامي في أخطر مواقع التمثيل والتعبير بتصوير الواقع ذاته، هنا تبدأ عملية إنتاج الخطاب الإعلامي، الذي يمكن تعريفه بأنه" عملية تقنيع الواقع وتصوره وفق إدراك مسبق، كما يجب أن يتم تمثله في نظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي يحكمها، هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله، ويتسم بطقوس معينه وله خصائصه وأبعادة" *(سميسم،997، 112)*.

فالنص الإعلامي المكتوب له دور تواصلي؛ ويحتاج إلى عناية أكبر من حيث الدقة في الصياغة، واستخدام المفردات، والتراكيب النحوية لانتقاء ما هو أقدر على التعبير، وأعمق في التأثير لما يراد إيصاله *(اسماعيل،2006، 9)*.

وهناك من قال إن "إعلامية الخطاب المكتوب عنصر مهم في الخطاب، وعندما لا يتوقع المتلقي ورود هذا العنصر ثم يفاجأ به، فإن مستوى الكفاءة الإعلامية سيرتفع، ويستمد الخطاب إعلامية كونه قصدي التوصيل، والتأثير الموجه إلى الجمهور *(دي بوجراند،1998، 8)*.

ويظهر مما سبق أن الخطاب الإعلامي يمثل انعكاسًا للأوضاع القائمة التي يتفاعل معها ليعبر

عنها بشكل تواصلي مؤثر، ويشكل لنفسه منهجًا للتواصل مع سلوك الأفراد في المجتمع، وترى الدراسة أن هذا المنهج هو ما يميز الخطاب الإعلامي، الذي لا يتخذ صفته من الموقف الذي يعبر عنه؛ بل من الجانب الذي يتناوله من الواقع الإنساني.

العلاقة بين الخطابين الإعلامي والسياسي

أكد العديد من الباحثين أن الإعلام في كل دول العالم، سواء المتقدم منه أو النامي، لا يمكن إلا أن نراه خادمًا لفكرة أو دولة أو حزب أو دعوة، وهذا النوع من الإعلام هو الأكثر شيوعًا والأوسع انتشارًا والأكبر تأثيرا بحكم الجماهير التي تتبعه، وهي في الأساس مستهدفه من قبله *(الغباشي،38،2013)*.

ويرى (عكاشة، 2007،44–45) أن الإعلام مرآة تعكس ما هو قائم يقينًا لا فرضًا، ويرتبط مضمونًا ارتباطًا شديدًا بالأحداث السياسية وبظروف المجتمع الذي تقع فيه، ويستمد الإعلام قوته من دعم السلطة السياسية له أولًا، ومن قيمة الموضوعات التي يطرحها، ومن علاقته بالجماهير ثانيًا، فالإعلام يستطيع أن يجذب الجماهير بموضوعاته الساخنة ومصداقيته فيها، وحيادتيه، وموضوعتيه في العرض، وإن فقد واحدة منها ضعف التأثير، وفقد جماهيريته.

وذكر*(أبو عامود،2009 ،133–134)* حول علاقة المؤسسات السياسية مع الإعلام، بإن الصحف وغيرها من الوسائل الإعلامية الاتصالية لا تمدنا بالمواد الإعلامية الاستهلاكية فقط، ولكنها تلعب أيضًا دورًا تأسيسيًا وسياسيًا في المجتمع، فهي تضع وتقرر الكثير من برامج العمل السياسي، وكما تساعد على تحديد أي من المطالب السياسية تُثار وأي هذه المطالب لها فرصة، وأيها سوف يؤجل أو يهمل، وكذلك تؤثر في مواقف الحكومات، والفاعلين السياسيين الآخرين،

لإحكام أو تثبيت المساندة الضرورية لقراراتهم، وتعرض أيضًا وسائل الإعلام بشكلٍ أو بآخر للآراء حول كيفية معالجة موضوعات مهمة .

فيما يرى "صموئيل بيكر" أن من وظائف وسائل الإعلام المجتمعية، "خدمة النظام السياسي". وهذه الخدمة بعضها مباشر وبعضها الآخر غير مباشر، ففي المجتمعات الكبيرة والمركبة لا يستطيع القادة التواصل مع الشعب بدون استخدام وسائل الإعلام، وكذلك لن يستطيع المواطنون متابعة القرارات الحكومية، والتشريعات، والأوضاع السياسية والاقتصادية الداخلية والخارجية بدون استخدام ومتابعة وسائل الإعلام (نقلاً عن مكاوي، 59،2012-60).

وقد أظهرت نتائج إحدى الدراسات الأردنية التي تناولت الدور السياسي للصحافة الأردنية اليومية خلال الفترة من عام 1999-2005، التي تمثل في أحد جوانبها صورة العلاقة المتبادلة بين الخطابين السياسي والإعلامي، النتائج الآتية: *(العبادي، 2007، 149 -150)*.

- تعد الصحافة اليومية أداة تسويقية للقرار الحكومي.
- اهتمام صانعي القرار بالصحافة لا يأتي في سياق ما تشكله كإحدى وسائل الإعلام السياسية، بقدر ما يأتي من سعيهم للاهتمام بها نظرًا لما تشكله من أهمية في نقل المعلومات والإحاطة بمجريات الأحداث السياسية، وكما إن صانعي القرار يحرصون على مطالعة الصحف؛ لمعرفة توجهات المواطنين وآرائهم حول السياسة الداخلية ورصدها، لأن ما تنشره الصحافة من شأنه أن يدعم أو يقوض النظام السياسي للدولة.

ويرى، *(Silverblatt&Zalbin,2004,463)* أن هناك علاقة ترابطية بين طبيعتي النظام السياسي والنظام الإعلامي، ولهذا فإن النظام السياسي هو الذي يُعرف الإعلام ويحدد شكله ومضمونه.

ومما تقدم يتضح للدراسة أن العلاقة بين الخطابين الإعلامي والسياسي علاقة تشاركية تفاعلية، والخطاب الإعلامي يمثل صوت النظام السياسي وأداة اتصاله بالجماهير، لما يشكله من قوة التأثير والإقناع في الرأي العام من ناحية، وكون النظام السياسي يدرك تمامًا أن الخطاب الإعلامي أصبح يمثل سلطة لها دورها المهم في توجيه أفراد المجتمع من ناحية أخرى، ، فلم تعد هناك سلطة عمودية تربط الخطابين، وإنما أصبحت العلاقة أفقية مرتبطة بالمجتمع، ويلعب فيها الخطاب الإعلامي دور الوسيط بين الطرفين، فالصحافة والنظام السياسي لديهما تصورات مسبقة وتطلعات مستقبلية لما يمكن أن يؤديه كل منهما في المجتمع، وكذلك كل منهما للطرف الآخر، فالصحافة تنتظر من النظام السياسي تفهم رسالتها ودورها في المجتمع، واحترام حريتها وتيسير مهمتها للوصول إلى مصادر المعلومات، ونقل الواقع السياسي والاجتماعي دون رقابة خانقه، ومساعدتها على تحقيق دورها في المجتمع، وبالمقابل ينتظر النظام السياسي من الصحافة (كخطاب) أن تكون مسؤولة وموضوعية تراعي المصلحة العامة، بالحرص على استقرار الدولة وأمنها، وتبتعد عن الإثارة والتهويل المغرض، وأن تكون عين النظام السياسي في الكشف عن مواطن الضعف والتوتر في المجتمع، والوقوف إلى جانب النظام والدفاع عنه. هذا ولا شك أن هذه العلاقة تخضع أيضًا للصراع والمنافسة بين الطرفين ومحاولة كل من الطرفين الانتقاص من دور الآخر على اعتبار أن مصالحهما مختلفة.

الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين

قدمت الدراسة في المبحث الثاني إشارة إلى أهمية دلالات الخطاب الصوتية والنصية التي لاقت اهتماماً وعناية خاصة من قبل العديد من المفكرين والمختصين في الإعلام والعلوم السياسية

واللغوية واللسانيات، ووفقًا لهذا الاهتمام تعددت تعريفاته تبعًا للمدارس السياسية والفكرية التي تناولته.

وترى الدراسة أن هذه التعريفات تلتقي بتعريف مختصر مفاده أن الخطاب السياسي هو نشاط اتصالي موجه لتحقيق هدف ما، وأن أهميته تكمن في مضمون الرسالة والأثر الذي تتركه في نفس المتلقي وفكره، وكلما كان الخطاب ذا مصداقية ومساس بالواقع ودلالته الخطابية واضحة، كلما كان التأثير على المتلقي أبلغ وأكثر واقعية. وتمثل هذه المقدمة مدخلًا مهمًا لقراءة الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين، وما تجسد به من كلمات ومعانٍ ارتبطت بمحور الشباب.

إذ يذكر *(خماش، 2010، 12)* أن لغة الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين تميزت باعتماد اللغة السهلة، الميسرة، والابتعاد عن الصياغة المعقدة، فلم يكن خطابه مثقلًا بالعبارات التي تحتاج إلى تأويل وتفسير لما يراد إيصاله من معانٍ للمتلقي، فجاء خطابه في بعض جوانبه الأسلوبية عفويًا بسيطًا بدلالة استخدامه للغة العامية في أكثر من موقف ليحاكي جميع فئات الشعب ومستوياته المعرفية، وتذكر الدراسة هنا أنه في كثير من الخطابات كان يستهل حديثه بعبارة " الله يعطيكم العافية" وهي من العبارات المألوفة التي درج استخدامها لدى الأردنيين، وفي معرض حديثه عن الأوضاع الاقتصادية الصعبة التي مرَّ بها الأردن قال: "بدها شوية صبر". كما أتسم بالقوة والحسم في العديد من المواقف والظروف، فورد فيه العديد من العبارات التي اختمرت في أذهان الشعب لفترة طويلة، فحينما تحدث عن أي محاولات للعبث بالوحدة الوطنية توجه للشعب قائلًا: "كل من يحاول العبث بالوحدة الوطنية هو عدو عبد الله ابن الحسين وعدو الأردنيين".

وتبين دراسة*(الخالدي،2009 ،210-209)* "أن هناك العديد من المؤثرات الرئيسة التي بلورت الخطاب الإعلامي للملك عبد الله الثاني، منها بعض الصفات المكتسبة والمتمثلة في حصوله على التعليم الأساسي والعالي النوعي المتميز، وتجاربه العملية والسياسية التي جعلت لديه قدرة فائقة في عملية الاتصال الخطابي في كافة المحافل وعلى جميع الأصعدة، إلى جانب الصفات الموروثة "المتعلقة بانتماء الملك العائلي، ومكانة العائلة في الأسرة الكبيرة والأسرة الإسلامية الأكبر، فهو ملك عربي هاشمي وارث لرسالة الثورة العربية الكبرى ذات البعد القومي العربي، وهاشمي ينتسب إلى الرسول الكريم كبعد إسلامي".

هذا وقد أولى الملك عبد الله الثاني منذ توليه لسلطاته الدستورية أهمية خاصة لقطاع الشباب، مشيرًا إلى أن مسيرة التنمية السياسية لن تتحقق بمعزل عن الشباب الذين يشكلون ثلثي المجتمع الأردني، وهذه المسيرة تحتاج إلى عناصر شابة قادرة على التفاعل معها كونهم هم المرشحون لقطف ثمارها في حال تحقيق أهدافها وغاياتها *(السّعيدين،2007 ،582).*

وتشير الدراسة إلى أن الملك عبدالله قد وصفهم في أحد خطاباته *(الخطاب السامي،2006،89)* بفرسان التغيير عندما تحدث قائلًا:" فالعالم من حولنا يتغير، ولا بد من العمل على إحداث التغيير المطلوب ،وأنتم فرسان هذا التغيير".

ولتحقيق الرؤية الملكية في تحفيز الشباب والشابات الإبداعية وتهيئة فرص النجاح أمامهم وتمكينهم من الانخراط في بناء الأردن الأنموذج، فقد وفر الملك عبد الله أمام العديد من الشباب مرافقته خلال زياراته الخارجية للاطلاع على تجارب الدول المتقدمة والاستفادة منها، في خطوة منه للتأكيد على أهمية الشباب في صناعة المستقبل وبنائه، وتم في أيلول عام 2007 إطلاق جائزة فرسان التغيير لدعم المنح التعليمية للشباب *(التوجيه المعنوي،2008 ،166).* وترى الدراسة أن

هذا النوع من الاهتمام الملكي، قد عزز من دور الشباب، وكان نهجًا سعى إلى فتح الأبواب لسياسات وبرامج في التنمية، والتربية والثقافة، والإعلام، لجيل الشباب ليكون معتزًا بوطنه، فخورًا بديمقراطيته، وبمشاركته بفعالية ومسؤوليته اتجاه القضايا المطروحة على الساحة.

من منطلق هذا الدعم والاهتمام الملكي أنطلق قطار الشباب من لحظة الصمت إلى آفاق التغيير والمشاركة الفاعلة في مختلف المجالات الحياتية، فوجد الشباب أنفسهم أمام استحقاق فرضه الاهتمام الملكي، بعد محطات استكانوا بها لفترات طويلة عن العمل التطوعي في الحياة العامة، ليغدوا الآن صنّاعًا للمستقبل *(القروم،2010، 451)*.

وترى الدراسة في الكلمة التي ألقاها الملك عبد الله الثاني في افتتاح ملتقى الشباب *(الخطاب السامي،2011، 39)* أنه أكد على أهمية دور الشباب قائلًا: "ولكم كامل الحرية في اختيار المواضيع والقضايا المطروحة للحوار. ومسؤوليتكم كشباب لا تكتمل بدون مشاركتكم الفاعلة في الحياة العامة، وهذه المشاركة يمكن أن تكون في اتجاهين: الاتجاه الأول يكمن في نشر ثقافة العمل التطوعي وخدمة المجتمع؛ لأنه من خلال هذا العمل يتعرف الإنسان على الكثير من القضايا والمشاكل والتحديات التي تواجه وطنه في الحاضر والمستقبل، وهذا العمل يثري ثقافته وخبراته، التي تمكنه من المشاركة في الاتجاه الثاني: وهو المشاركة في الأحزاب الوطنية ذات البرامج التنموية العملية الواضحة). فلم يبخل الخطاب في مضامينه الموجهة للشباب إلى غرس قيم الانتماء، والمشاركة، والمواطنة، وضرورة العمل والإنجاز، بالإضافة إلى تقديم البرامج والتوجيهات لمكافحة الفقر والبطالة، وإشاعة ثقافة الديمقراطية، ومبادئ العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص.

وفي موقع خطابي دولي *(المصدر نفسه،27)* تحدث قائلًا:" إن صوت الشباب يشكل قضية أساسية، فهم يمثلون أكثر من ثلاثة أرباع السكان في الأردن، وهم يتوقعون، بل يستحقون، فرصة لبناء مستقبل إيجابي ومزدهر".

أما *(المومني، 396،2011-100-101)* فيرى في تحليله للخطاب السامي وتوجهاته المستقبلية، أنه خطاب تميز بالغزارة والتنوع في محاوره، وأن جلالته يدرك من خلال خطاباته أن لا تنمية شامله بدون: استثمار طاقات الشباب، وتعزيز سبل الديمقراطية التي تقوم على الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر، وضمان الحرية المسؤولة للصحافة التي تخدم أهداف الدولة الأردنية وتعبر عن ضمير الوطن وهويته، وتحقيق تكافؤ الفرص التعليمية أمام الشباب، وتوفير المزيد من فرص العمل للحد من مشكلة البطالة والفقر، وفسح المجال أمام المشاركة السياسية للشباب انطلاقاً من متطلبات المرحلة الحالية، لتحقيق عملية الإصلاح السياسي الشامل، التي تفرضها ضرورة مشاركة كافة شرائح المجتمع. أما (الخوالدة وآخرون، 2004، 395-396) فيرون في تحليلهم للخطاب السامي وتوجهاته المستقبلية، أن جلالته يدرك أن لا تنمية بدون: استثمار طاقات الشباب، وتعزيز سبل الديمقراطية التي تقوم على الحوار واحترام الرأي والرأي الأخر، وضمان الحرية المسؤولة للصحافة التي تعبر عن ضمير الوطن وهويته، وتعكس إرادة الوطن وتطلعات أبنائه .

ومن خلال الاطلاع على مساحة واسعة لخطابات جلالته واهتمامه بمحور الشباب تبين للدراسة أن مفردة الشباب وتكرارها في الخطابات المحلية والدولية وخطابات العرش التي بلغت (162) خطابًا للفترة من 2005-2014 بلغت حوالي(147) مفردة، أي ما نسبته 90% من هذه الخطابات، وتكمن أهمية هذه الخطابات بتركيزها على الرؤية والتوجه في الخطاب السياسي واهتماماته الحاضرة والمستقبلية بالقضايا الوطنية، وكما أن المؤسسات والمبادرات الشبابية باتت

تنمو كل يوم وتتوسع لتتوافق مع توجيهات الخطط والاستراتيجيات الشبابية التي أصبحت تهدف إلى دمجهم في التنمية المستدامة، وفي هذا السياق يقول الملك:" نحن نفكر في المستقبل ونفكر بجيل الشباب وكيفية تحقيق آمالهم ونسعى إلى تذليل الصعاب أمامهم وتوفير فرص التعليم الجيد لهم؛ لأننا نرى أنّ هذا الأمر سيساهم في الحد من الفقر والبطالة، وسيساعد على رفد وتعزيز مبادرتنا لتطوير الأردن والارتقاء بمستوى معيشة شعبنا" *(الخطاب السامي،2005، 117)*.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

ستعرض الدراسة العديد من الدراسات السابقة التي تناولت في مفرداتها النظرية معالجة موضوعات الشباب من خلال الصحافة العربية والدولية، وستُقسم وفقًا للنظريات التي تم اعتمادها في هذه الدراسة، كما ستعرض بعض الدراسات التي تناولت الإطار الفكري للملك عبدالله الثاني ابن الحسين، وأهم النتائج التي توصلت اليها.

1-1 الدراسات العربية التي استندت إلى نظريتي ترتيب الأولويات وتحليل الأطر الإعلامية

دراسة الطوخي (1994) بعنوان "معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين".

- هدفت هذه الرسالة إلى التعرف على الأهمية التي توليها الصحف اليومية القومية والحزبية للقضايا السياسية (المحلية والعربية والدولية)، والتعرف على الاتجاهات التي تحتويها هذه القضايا، ومدى تأثيرها على فئة المراهقين عينة الدراسة.

- استخدمت الدراسة أداة الاستبيان التي طبقت على عينة مكونة من (300) تلميذ في المرحلة الثانوية، وكما استخدمت منهج تحليل المضمون للصحف المصرية "الأخبار" والحزبية "الوفد" وبلغ عددها(730) عينة لكل منها.
- كانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة كالآتي:

- سجلت مساحة الموضوعات السياسية المحلية نسبة 32,96%، مقابل 67,04% لمساحة القضايا العربية والدولية.
- جاء الخبر الصحفي في المرتبة الأولى في الترتيب بنسبة 27,1%، يليها التحقيق الصحفي بنسبة 21,8%، بينما جاء الحديث الصحفي في المرتبة الثالثة، ويليه المقال، ومن ثم التقرير، تليه الصورة والتعليق، وفي المرتبة الأخيرة جاء الكاريكاتير، وذلك في تناولها للقضايا السياسية.
- تساهم الصحافة بدور كبير في تزويد عينة الدراسة "المراهقين" بمعرفتهم بالقضايا والموضوعات السياسية، وجاءَت صحيفة الأخبار في المرتبة الأولى، تليها صحيفة الوفد.

تتفق الدراستان فيما يتعلق بمعالجة الصحافة المصرية لواحدة من القضايا المتعلقة بالشباب وهي التنشئة السياسية من خلال استخدام المنهج التحليلي لمضمون ثلاث من الصحف المصرية المستقلة والحزبية، وتختلفان في النقطة الرئيسة التي تركز عليها الدراسة الحالية وهي مدى اهتمام الصحافة الأردنية ومعالجتها لمحور الشباب والموضوعات المختلفة المرتبطة بهم، كما جاء في مضامين أجندة الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين في الفترة من 2005–2014.

دراسة طه (1997) بعنوان " دور الصحافة في وضع أولويات اهتمام الشباب نحو القضايا القومية".

- تهدف هذه الدراسة إلى اختبار نموذج ترتيب الأولويات فيما يتمثل بالدور الذي تلعبه الصحافة المصرية القومية والحزبية في ترتيب أولويات اهتمام الشباب كقطاع من قطاعات الجمهور اتجاه القضايا القومية في مصر خلال فترة زمنية محددة.
- اعتمدت الدراسة منهج تحليل مضمون صحيفة الأهرام كممثل للصحف القومية، وصحف الوفد، والشعب، والأهالي كممثلة للصحف الحزبية، لأعداد عام 1995، إلى جانب دراسة ميدانية على عينه قوامها (384) شاب.
- توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- لا توجد علاقة بين قائمة أولويات اهتمام الصحف بالقضايا القومية خلال فترة البحث وبين قائمة أولويات واهتمامهم الشباب بتلك القضايا.
- لا توجد علاقة بين الأجندة المرتبة من أجندة الصحف القومية أو الحزبية، وبين الأجندة المرتبة للجمهور.

تتفق الدراستان في الاعتماد على نظرية وضع الأجندة للتعرف على أولويات الصحافة في طرح القضايا المتعلقة بالشباب من خلال منهج تحليل مضمون الصحف المحلية، وتختلفان بتركيز الدراسة الحالية على أجندة الصحافة الأردنية وأولوياتها في تناول محور الشباب من خلال مضامين أجندة الخطاب السياسي وأولوياته، بينما تناولت دراسة(طه) أجندة الصحافة المصرية وأولوياتها في طرح الموضوعات التي توجه اهتمام الشباب نحو القضايا القومية، إلى جانب دراسة أولويات جمهور الشباب واهتمامهم بتلك القضايا.

دراسة كامل (2000) بعنوان "دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الثقافية لدى الشباب الجامعي _ دراسة تحليلية_ ".

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين ترتيب أولويات الصحف المصرية القومية والحزبية للموضوعات الثقافية وبين إدراك الشباب بأهمية هذه القضايا.
- استخدمت الدراسة منهج تحليل مضمون صحيفتي الأهرام والوفد من خلال قياس أجندة المضامين الثقافية المثارة فيهما خلال الفترة من 2000/6/3 إلى 2000/7/8 لمدة (35) يومًا، ولقياس أجندة الجمهور، قامت الباحثة بإجراء الدراسة على عينة عشوائية من الشباب الجامعيين في جامعة عين شمس قوامها (200) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:

- وجود ارتباط إيجابي معتدل القوة بين أجندة القضايا الثقافية في الصحف المصرية وبين أجندة الشباب الجامعيين.
- أكدت النتائج أنه كلما زاد الاتصال الشخصي زاد الارتباط بين أجندة الصحافة المصرية وبين أجندة الشباب اتجاه القضايا الثقافية.

تلتقي الدراستان باستخدام المنهج التحليلي، والاستناد إلى نظرية الأجندة وترتيب الأولويات في تناول الصحافة لقضايا الشباب، وتختلفان في تناول دراسة (كامل) أولويات الصحافة المصرية في تناول القضايا الثقافية المتعلقة بالشباب، إلى جانب قياس أولويات هذه القضايا عند الشباب من خلال دراسة تناولت عينة من الشباب الجامعيين.

دراسة عرام(2004) بعنوان دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات طلاب جامعة جنوب الوادي نحو القضايا السياسية – دراسة تحليلية – .

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصحافة في ترتيب أولويات طلاب جامعة جنوب الوادي نحو القضايا السياسية، على اعتبار أن فئة الشباب مهمة، ولا بد أن تلبي وسائل الإعلام احتياجات الفئات النوعية من القرار وخاصة الشباب، وقد استخدمت الدراسة منهج تحليل مضمون لثلاث صحف مصرية هي : (الأهرام والجمهورية والوفد) للفترة من 2004/2/28-2005/3/28، محددة مواد الرأي العام للصحيفة من مقالات وأعمدة صحفية، وافتتاحية الصحيفة، التي تتناول القضايا السياسية إلى جانب عينة ميدانية عددها (400) مفردة.
- أهم نتائج الدراسة:

- الدافع الرئيس وراء تعرض الأفراد للصحف هو التعرف على ما يجري من أحداث في العالم، وهذا يدعم دور الصحف كوسيلة إخبارية لدى الباحثين.
- وفيما يتعلق بترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الطلاب عينة الدراسة، فقد أظهرت النتائج أن القضية الفلسطينية قد احتلت الترتيب الأول، وتليها قضية الاحتلال الأمريكي للعراق، ثم قضية البطالة، وجاءت قضية الإصلاح السياسي في الترتيب الرابع.
- أن الدافع الرئيس وراء التعرض للصحف لدى أفراد العينة هو التعرف على ما يجري من أحداث في العالم، وهذا يدعم دور الصحف كوسيلة إخبارية لدى الباحثين.

تلتقي الدراستان باستخدام المنهج التحليلي، والاستناد إلى نظرية الأجندة وترتيب الأولويات في التعرف على دور الصحافة في تناول موضوعات الشباب، وتختلفان في تناول دراسة (عرام) أولويات الصحافة المصرية في تناول القضايا السياسية المتعلقة بالشباب من خلال تحليل مضمون

بعض أشكال الصحافة المصرية من مقالات وأعمدة وافتتاحيات صحفية، إلى جانب قياس أولويات هذه القضايا عند الشباب من خلال دراسة تناولت وجهات نظر عينة من الشباب الجامعي، بينما تناولت هذه الدراسة معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب بكافة موضوعاته التي هي انعكاس لأجندة الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين من خلال تحليل مضامين ثلاث صحف أردنية بكافة أشكالها الصحفية.

دراسة أحمد (2005) بعنوان " دور الأطر الإخبارية بالصحف في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية".

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أطر المعالجة الخبرية الرئيسة التي تتناول من خلالها الصحف المصرية (القومية–والحزبية – والمستقلة) بعض القضايا السياسية، والعلاقة ومدى الارتباط بين بروز تلك الأطر بالصحف واتجاهات المراهقين نحو تلك القضايا السياسية.
- اعتمدت الدراسة منهج تحليل مضمون الأعداد الصادرة من صحف (الأخبار، والوفد، وصوت الأمة) لمدة شهر، بالإضافة إلى تطبيق استبيان على عينة من المراهقين من سن 17–18 بلغ قوامها (400) مفردة.
- أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التوجه السياسي للصحيفة وأطر المعالجة الخبرية الرئيسة للقضايا السياسية، ومنها قضية الحرب على العراق.
- وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين بروز أطر المعالجة الخبرية الرئيسة للقضايا السياسية واتجاهات المراهقين نحو تلك الأطر.

خلصت الدراسة إلى أن المعالجة الصحفية لقضية الإصلاح السياسي تركزت في إطارين: المسؤولية العربية عن الإصلاح، والمبادرات الأمريكية والأوروبية للإصلاح.

تتفق الدراستان في الاستناد إلى نظرية تحليل الأطر الإعلامية في التعرف على دور الصحافة اتجاه الشباب في مرحلة المراهقة، وتختلفان في طبيعة الموضوعات التي تمت معالجتها، فالدراسة الحالية تتناول معالجة الصحافة لمحور الشباب من خلال تحليل مضمون الأطر الإخبارية، وما عكسته من اهتمام ومعالجة لقضايا الشباب التي تم طرحها في أجندة الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين خلال الفترة من 2005-2014، بينما تناولت دراسة (أحمد) دور أطر الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات المراهقين نحو القضايا السياسية من خلال دراسة تحليلية، بالإضافة إلى التعرف على اهتمام فئة المراهقين بهذه القضايا.

دراسة أحمد (2010) بعنوان "دور الصحافة في ترتيب أولويات الشباب" دراسة مسحية على صحيفة الصحافة (صفحة شباب وجامعات) في الفترة من2007-2008.

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أهم أولويات الشباب في المجتمع، وما يمكن أن تقوم به الصحافة من معالجات بإلقاء الضوء على هذه الأولويات، والكشف عن قدرة موضوعية المادة الصحفية في إبراز أولويات الشباب وإدراك احتياجاتهم الحقيقية.

- استخدمت الدراسة المنهج المسحي والتاريخي ومنهج تحليل المضمون.

- توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- كشفت الدراسة أن قضية التعليم قد أخذت الأولوية في أجندة الصحافة السودانية؛ إذ كانت النسبة 54,2% من بين القضايا التي تهم الشباب.

- لم تحظ قضايا البطالة والرياضة بالاهتمام من قبل الصحافة، حيث كانت نسبتهما 20% وهي نسبة قليلة.

تلتقي الدراستان في تناول الصحافة لأولويات القضايا التي تهم الشباب من خلال تحليل عينة من الصحف الصادرة، وتختلفان في طبيعة تناول المعالجة الصحفية؛ إذ تركز الدراسة الحالية على معالجة الصحافة لمحور الشباب الذي ورد في توجهات الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين.

دراسة حسين(2011) بعنوان" دور الصحف السورية اليومية في تشكيل معارف الشباب الجامعي اتجاه القضايا السكانية".

هدفت هذه الدراسة إلى رصد تناول الصحف اليومية السورية (الثورة، والبعث، وتشرين) للقضايا السكانية، وكذلك التعرف على الأثر المعرفي الفعلي الذي تتركه الصحف اتجاه قرائها من فئة الشباب.

- استخدمت الدراسة تحليل المضمون لرصد القضايا السكانية من خلال الصحافة السورية عينة الدراسة خلال العام 2011، إلى جانب دراسة ميدانية للطلاب الدارسين في جامعة دمشق التي بلغت عينتها(400) طالب وطالبة.
- توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- احتلت موضوعات الصحة الإنجابية المرتبة الأولى في اهتمام جميع الصحف، وتلتها تمكين المرأة، ثم بطالة الشباب، ثم رعاية ذوي الإعاقة، وكانت مكافحة الأمية، وعمالة الأطفال، والهجرة في المراتب الأخيرة.

- الخبر الصحفي تصدر المرتبة الأولى من الأنماط الصحفية المستخدمة، بينما غابت الرسوم والكاريكاتير، وكان المندوبون والمراسلون مصدر التزويد لهذه الصحف، وكانت للصفحات الداخلية الحصة العظمى مقارنة بالأولى والأخيرة والملاحق في نشر المضامين السكانية عليها.
- تبين أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين حجم قراءة الصحف ومستوى معرفة أفراد العينة (الشباب) بالصحة الإنجابية.

تتفق الدراستان في تناول دور الصحف المحلية اليومية في رصد القضايا التي تشكل أهمية لدى الشباب، وتختلفان في طبيعة القضايا التي تمت معالجتها، حيث إن الدراسة الحالية تتناول معالجة الصحافة لكافة الموضوعات المتعلقة بمحور الشباب في ضوء الأجندة وترتيب الأولويات لفئة الشباب التي طرحها الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين، بينما تناولت دراسة (حسين) دور الصحافة في تشكيل المعرفة لدى الشباب تجاه القضايا السكانية.

2-1 الدراسات العربية التي استندت إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

دراسة أحمد (2007) بعنوان" العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية".

-هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الاعتماد على وسائل الإعلام الجماهيرية في تكوين معارف الشباب البحريني بشأن الانتخابات النيابية للعام 2006.

-اعتمدت الدراسة على منهج المسح لآراء عينة من مجتمع الشباب البحريني المعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري كمصدر لمعلوماته، إلى جانب منهج العلاقات السببية المقارنة بين فئات العينة فيما يتعلق بالخصائص الديموغرافية.

-عينة الدراسة حصصية تمثلت ب (450) مفردة من الشباب البحريني، موزعون على محافظات المملكة حسب التمثيل النسبي.

-أداة الدراسة المستخدمة هي الاستبيان، وأسلوب المعاينة، فيما يتعلق بجمهور الشباب المعتمد على وسائل الإعلام.

-كانت أهم نتائج الدراسة:

- تبين أن أغلبية الشباب البحريني اعتمدوا على وسائل الإعلام الجماهيرية كمصدر لمعلوماتهم في قضية الانتخابات.
- النسبة الأكبر من الشباب البحريني عينة الدراسة يقرأون الصحف اليومية من ثلاث إلى أربع مرات أسبوعيًا، وكان أبرز دافع لقراءتها هو الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالأحداث المعاصرة، وجاءت نسبة المتابعة الأكبر للقضايا الاجتماعية أولًا، ثم السياسية.
- أظهرت النتائج أن الغالبية العظمى من الشباب البحريني يتعرضون لوسائل الإعلام الجماهيري، وقد انعكس ذلك على المستوى المعرفي للشباب بقضية الانتخابات النيابية.

تختلف عن الدراسة الحالية كونها تتناول موضوع الشباب من أجل التعرف على أثر الاعتماد على وسائل الإعلام في تكوين معارف الشباب البحريني.

دراسة العزعزي(2008) بعنوان" دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني – دراسة ميدانية-.

- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في خلق الوعي السياسي لدى الشباب اليمني من خلال رصد مدى اعتمادية طلبة الجامعات على وسائل الإعلام في استقاء معلوماتهم

السياسية. إلى جانب الكشف عن العلاقات الارتباطية بين مستوى اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام وبين حجم المشاركة السياسية، وبين حجم المعرفة والوعي السياسي لديهم.

- استخدمت الدراسة منهج المسح الميداني في الحصول على المعلومات، ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة لتتبع العلاقات بين مختلف الحقائق.
- تم اختيار عينة عشوائية خلال العام الدراسي 2007/2006 من طلبة الجامعات بلغ حجمها (600) طالب وطالبة.
- تم جمع البيانات الميدانية من خلال استبانة تضمنت (30) سؤالاً بما يحقق أهداف البحث، إلى جانب المقابلة المباشرة للطلبة عينة البحث.
- من أهم نتائج الدراسة:

- على الرغم من ارتفاع معدل حجم اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام، إلا أن أغلب النتائج أظهرت عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الاعتماد على وسائل الإعلام ومعدل حجم المشاركة السياسية ومعدل مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي.
- جاء التلفزيون في مقدمة الوسائل التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعة المواد السياسية، وتليه الصحف ثم الإذاعة.
- جاءت التحديات السياسية والاجتماعي والاقتصادية في مقدمة التحديات التي تواجه الشباب من وجهة نظرهم (عينة الدراسة) حيث جاءت البطالة في المقدمة ، ثم غلاء المهور، ثم المحادثات السياسية بين الأحزاب وابتعادها عن قضايا الشباب، ثم ضعف التعليم.
- فيما يتعلق بنسق الطموحات لدى الشباب، فقد احتل ضمان كرامة المواطن وحرياته المرتبة الأولى قياسًا إلى قضية الديمقراطية التي احتلت المرتبة (11)، وتحسين المستوى المعيشي في المرتبة

الثانية، ومن ثم وطن خال من الفساد في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الرابعة تحرير الأراضي العربية المحتلة، واحترام النظام والقانون في المرتبة الخامسة.

- أما فيما يتعلق بأولوية الانتماء عند الشباب، فقد احتل الدين المرتبة الأولى، ثم العائلة في المرتبة الثانية، والوطن في المرتبة الثالثة، فيما كانت قيم الانتماء الإنساني والقومي والحزبي في المراتب الأخيرة وعلى التوالي.

الدراستان تلتقيان في تناول موضوعات متعلقة بالشباب، وتختلف دراسة العزعزي عن الدراسة الحالية كونها تتناول دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب باستخدام منهجية المسح الميداني، بينما الدراسة الحالية تهدف إلى معرفة مدى معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي باستخدام المنهج التحليلي.

دراسة العتوم (2013) بعنوان "**الإعلام والشباب وصياغة الوعي** "**دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك** " .

- هدفت هذه الدراسة إلى بيان أهمية وسائل الإعلام في غرس أنماط مختلفة من الوعي والسلوك وتشكيلها لدى أفراد المجتمع والعناصر والآليات الفاعلة فيها، من خلال تناول مواقف الشباب من بعض القضايا المهمة الراهنة على المستويين المحلي والعربي، وكيفية تفاعلهم معها، ودور وسائل الإعلام في تنميط هذا الدور، إلى جانب التعرف على طبيعة المضامين الإعلامية التي يقبل عليها الشباب.
- استخدمت الدراسة منهج الدراسات الوصفية الكمية، معتمدة العديد من الأدوات في الحصول على المعلومات، منها أداة الاستبيان، والمقابلات الفردية والجماعية، وكذلك الاعتماد على الملاحظات العامة لرصد الأفعال والمواقف وارتباطاتها لدى مجتمع المبحوثين.

- ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- جزء كبير من تفاعل مجتمع الشباب تشكله وسائل الإعلام خاصة الإنترنت والفضائيات التي تحتل مكانًا متقدمًا في جدول اهتماماتهم اليومية.
- علاقة الشباب بوسائل الإعلام تخطت حدود العلاقة الطبيعية، وتحولت إلى علاقة هوسية مفرطة، وثقة عمياء بمضامين الإعلام والتفاعل معه بدون وعي نقدي.
- تأثير وسائل الإعلام يتخطى الأنماط الظاهرية والمواقف العامة في كثير من القضايا إلى البنى العميقة المتعلقة بالقيم الذوقية والجمالية في ظل غياب دور مؤسسات المجتمع المختلفة وتأثيرها في صياغة هذا المستوى من الوعي لديهم.

تلتقي الدراستان في تناول فئة الشباب، وتختلف عن الدراسة الحالية، إذ هدفت إلى بيان أهمية وسائل الإعلام في غرس أنماط مختلفة من الوعي والسلوك وتشكيلها لدى الشباب، باستخدام أدوات الاستبيان، وكذلك المقابلة الفردية والجماعية والملاحظات.

3-1 دراسة تناولت الخطاب السياسي

دراسة الخالدي (2009) بعنوان "الإطار الفكري والمرجعي للخطاب الإعلامي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين".

- هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الجوانب المتعلقة بالإطار الفكري للملك عبدالله الثاني كرئيس دولة وقائد سياسي، وكيف وظف قدراته السياسية وعلاقاته مع زعماء الدول في الخطاب الإعلامي لخدمة القضايا الوطنية والعربية والإسلامية.
- اعتمدت الدراسة المنهج الاستقرائي بالإضافة إلى المنهج الوصفي التحليلي.

- من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن الخطاب الإعلامي والسياسي للملك عبدالله ترجم دورًا مجددًا للأردن الحديث، ووضعه على الخارطة العالمية كبلد ينعم بالأمن والاستقرار في منطقة مضطربة ملتهبة بالأحداث، وبلد ينمو باضطراد في التنمية السياسية والاقتصادية والاجتماعية، ومسيرته الديمقراطية، وحرية الرأي، واحترام حقوق الإنسان.

تلتقي تلك الدراسة مع الدراسة الحالية في بيان الإطار المرجعي والفكري للخطاب السياسي للملك عبدالله الذي يمثل جانباً من تركيز الدراسة الحالية في معرفة بعض الجوانب الفكرية للخطاب السياسي؛ إذ تتناول مدى معالجة الصحافة الأردنية للقضايا والموضوعات التي طرحتها أجندة الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني.

4-1 الدراسات الأجنبية

دراسة Gillberg (1980) The State of the Union Address And the Press Agenda

بعنوان" الخطاب الرئاسي السنوي وجدول أعمال الصحافة".

- هدفت هذه الدراسة إلى قياس تأثير ترتيب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية للقضايا ذات الأولوية على ترتيب القضايا كما تقدمه الصحف، على اعتبار أن وسائل الإعلام ذات تأثير معرفي في الجمهور، إلى جانب تركيز الباحث على بيان العلاقة ما بين الحكام والصحافة من جانب، واهتمام الصحافة في إبراز الخطابات الرئاسية على صفحاتها الأولى من جانب آخر، كون خطاب الاتحاد "الرئيس" هو الخطاب السنوي الذي يتطرق فيه الرئيس لأهم القضايا المثارة على مستوى الدولة.
- استخدمت الدراسة أسلوب تحليل المحتوى لعدد من الصحف الوطنية لبيان القضايا الرئيسة التي ابرزتها الصحافة للخطاب الرئاسي.
- من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- إن القضايا التي تلقى أولوية وتأكيدًا من وسائل الإعلام هي التي يتم انعكاسها كأولويات مطروحة في الخطاب الرئاسي.

تلتقي الدراستان في الهدف الذي يهتم بمعرفة مدى تأثير الأجندة الصحفية واهتمامها بأولويات الأجندة السياسية وما تطرحه من موضوعات وقضايا، وتختلفان في أن الدراسة الحالية تركز على معرفة أولويات الأجندة الصحفية الأردنية في تناول الموضوعات المتعلقة بالشباب، التي احتلت جزءاً من أولويات الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني.

دراسة وانتا " Wanta "(1989)

"How President State of Union Talk influenced News Media Agenda"

بعنوان" كيفية تأثير الخطاب الرئاسي في الأجندة الصحفية".

- هدفت هذه الدراسة إلى قياس تأثير خطاب الرئيس في الأجندة الصحفية ، إذ ركزت على قياس حجم الاهتمام الممنوح للقضايا في خطاب الرئيس بناءً على معيار حجم المساحة التي احتلتها كل قضية؛ ويُحلل محتوى العناوين لبيان القضايا التي ركز عليها الخطاب الرئاسي منذ عام 1970-1985؛ وانحصرت بقضايا البيئة، والسياسية، والميزانية، والجريمة، والتلوث، والدفاع الوطني، والتضخم، وإصلاح نظام الرعاية الاجتماعية، وتطبيع العلاقات مع الصين، والحد من الأسلحة الاستراتيجية،(وكانت هذه هي أبرز القضايا) وقد رتبت على أساس مقدار حجم المساحة الممنوحة لكل عنوان، وكذلك حساب عدد القصص الخبرية الخاصة بكل قضية مع تحديد ترتيب أولوية القضايا المقدمة في عينة الدراسة، التي اشتملت على أربعة خطابات اتحادية لثلاثة رؤوسا هم نيكسون وكارتر وريغان .
- استخدمت الدراسة المنهج التحليلي والمسح التاريخي.

وقد أظهرت النتائج الآتية:

- أن تأثير الخطاب في الأجندة الصحفية للقضايا تختلف باختلاف شخصية كل رئيس مع اختلاف السياق التاريخي لكل فترة رئاسية أمريكية، ففي فترة الرئيس نيكسون كان جدول أعمال الرئيس أكثر قوة في المرحلة الأولى.
- هناك دور لدخول متغيرات في الدراسة وهي شخصية الرئيس التي أعطت أولوية لبعض القضايا بما يجعلها ذات أهمية لدى المجتمع بأكمله، مما يجعلها تفرض أهميتها في الخطاب الرئاسي وفي الأجندة الصحفية.

دراسة "Ghabor " (1990) The Agenda Setting Function of the Egyptian Newspapers,

بعنوان" تحديد أولويات أجندة الصحافة المصرية".

- هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف قدرة الصحف من خلال تركيزها على بعض القضايا في جعلها ذات اهمية لدى الجمهور.
- اعتمدت الدراسة منهج تحليل مضمون صحف (الأهرام، والأخبار، وأخبار اليوم) كصحف رسمية مستقلة، والصحف الحزبية (الوفد، والشعب، والأهالي) وذلك في الفترة من 21 اكتوبر إلى 7 نوفمبر 1989، إلى جانب دراسة ميدانية عينتها قوام (150) مفردة.
- توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- توجد علاقة ارتباطية ضعيفة بين أجندة الصحف وأجندة الجمهور.
- توجد علاقة ارتباطية ضعيفة جدًا بين أجندة الصحف القومية من ناحية وأجندة قراء الصحف من ناحية أخرى، وقد تكررت النتيجة نفسها بالنسبة لعلاقة الصحف بقرائها، حيث بينت النتائج أن كلًا من الصحف القومية والحزبية تبتعد عن قرائها.

دراسة جيمس" James " (2002)

The Impact of the means of communication on the attitudes and behavior of adolescent political.

"بعنوان " تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي".

- هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير وسائل الاتصال على اتجاهات المراهق وسلوكه السياسي، وانطلقت من فرض أساسي بأن وسائل الاتصال لها تأثير فعال على الاتجاهات السياسية، وعلى المعرفة والإحاطة السياسية بالأحداث.
- من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تزيد من الدافعية السياسية لدى متلقيها، وتزيد من الاهتمام السياسي لديه، وكما تزيد من مشاركته السياسية.

دراسة كيمار "Jaroz"

The effect of local Mass media on adolescent "social and cultural socialization" (2002)

بعنوان " تأثير وسائل الإعلام المحلية في التنشئة الاجتماعية والثقافية للمراهقين".

- هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير وسائل الإعلام المحلي في التنشئة الاجتماعية والثقافية للمراهقين، ودورها في تحويل سلوكهم، وهل تؤثر بشكل ما في ثقافته، إلى جانب التعرف على أي من هذه الوسائل لها تأثير أكبر على المراهقين.
- استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وتحليل المضمون والاستقصاء لجمع البيانات من وسائل الإعلام المحلي.
- عينة الدراسة عشوائية طبقية، تكونت من (200) مفردة من المراهقين تراوحت أعمارهم ما بين (13-17) سنة من مستويات اقتصادية واجتماعية متوسطة.

- أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- تفوق التلفزيون المحلي على الصحافة والإذاعة في التنشئة الاجتماعية للمراهقين، أي نسبة مساهمة التلفزيون في تعديل سلوك المراهقين فاقت نسبة تأثير الصحافة المحلية والإذاعة.

تلتقي الدراستان بتناول فئة الشباب ومساهمة وسائل الإعلام في التأثير، ومنهجية التحليل المستخدمة، وتختلفان في طبيعة ما تناولته الدراسة الحالية من معالجة صحفية لموضوعات الشباب في الخطاب السياسي.

دراسة Temmerman,Trioen (2009) بعنوان:

Idolatry versus authenticity: A lexical and systemic-functional analysis of the coverage of the World Youth Day 2005 in the Flemish press.

العبادة الإلهية مقابل الأصالة: تحليل المفردات ومنهجية وظائف الصحف الفلمنكية في تغطية اليوم العالمي للشباب 2005.

- هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر الخطاب السياسي (خطابات البابا) على الدين والشباب والإعلام، حيث تختلف هذه المفاهيم من مكان إلى آخر، ففي الدول الغربية تحمل هذه المفاهيم نمطاً يختلف عن غيرها من الدول.

- استخدمت الدراسة للوصول إلى هدفها منهجية واضحة من خلال تحليل الخطاب النقدي للصيغ النصية ودلالاتها ومعرفة درجة التوافق أو وجود المتناقضات ما بين تمثيل المؤسسات الكاثوليكية والشعب تحديدًا فئة الشباب في الصحافة المكتوبة. وقد تضمن هذا التحليل 1- تحليل معجمي (تحليل التسمية) الذي يتضمن تحليل الأسماء المختلفة التي تستخدم للإشارة إلى الجهات الاجتماعية (الشباب) كذلك الأحداث ضمن نص معين، ونتيجة لذلك فإن الجهات الفاعلة والأحداث الخاصة فيها لا تمثل إلا عن طريق هذه التسميات . 2- تحليل الوظائف، ويمكن هذا

النوع من التحليل في التعرف على الجهات الفاعلة الرئيسة في التمثيل لحدث معين، وبعد ذلك دراسة العلاقات والتفاعلات بين البابا المتمثل بالسلطة والمشاركين في اليوم العالمي للشباب من فئه الشباب.

- ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها:

- أن معظم وسائل الإعلام (تحديدً الصحف) تستخدم أسلوب المبالغة والتشديد على معنى وجود البابا بالمعنى الشامل في اليوم العالمي للشباب، ويعد ذلك (تأليهاً) خاصاً بالدين، كما أنه في عدد كثير من الحالات فإن الصحافة اعتادت على استخدام القوالب النمطية في تمثيلها لهذا الحدث، وتعد طريقه التمثيل هذه غير مناسبه لفئه الشباب؛ إذ إنهم يريدون الحصول على كثير من الاهتمام مقابل التركيز على شخص البابا، أي أن وسائل الإعلام تركز على شخص البابا وشكلية الخطاب أكثر مما تركز على المضمون المتعلق بالشباب.

وتتفق الدراستان في عملية تحليل الخطاب الصحفي والقوالب النمطية التي استخدمت في معالجة فئة الشباب في الخطاب السياسي البابوي، أما الدراسة الحالية فقد تناولت معالجة الصحافة لموضوعات الشباب في الخطاب السياسي الأردني.

دراسة بعنوان "Boys " (2011)

NEO-LIBERAL Governance Through Toronto Press Discourse On Youth Misconduct "الحكومة الليبرالية الجديدة من خلال صحافة" تورونتو" للخطاب المتعلق بسوء سلوك الشباب".

- هدفت هذه الدراسة إلى البحث عن مكانة خطاب الحكومة الليبرالية الجديدة المحيطة بسوء سلوك الشباب في المجتمع والمبنية على طريقة فوكو للتحليل في صحيفتين من منطقة تورونتو.

- وتبين من خلال النتائج ما يلي:

- أن أسلوب الحديث المتداول حول سوء سلوك الشباب قد تحول من خطاب الرعاية الاجتماعية إلى خطاب الليبرالية الجديدة ، وأن المقاومة أو الفكر النقدي المحيط بالخطاب الليبرالي الجديد الحالي يظهر في العالم والمراسلات.
- توصلت الدراسة إلى دور الصحف في عملية الحكم من خلال تحليل هذه الخطابات المبنية على عقلانيات فوكو الثلاث المتعلقة ب "فن الحكم"، ومن خلال تحليل المعرفة المنتجة أو المثارة نتيجة قوة السلطة وآثار هذه الخطابات.
- أن الصحف قد تفيد الحكومة من خلال ما تعكسه من حقائق، أو حتى جعل الحكومات الليبرالية الجديدة الحالية أكثر كفاءة، عن طريق تشجيع الجماعات غير الحكومية على المساعدة في إدارة سوء سلوك الشباب.

تتفق الدراستان في تناول كل منهما لفئة الشباب من خلال دراسة تحليلية لعينة من الصحف، وتختلفان في طبيعة الموضوعات التي تم تحليلها.

التعقيب على الدراسات السابقة:

بعد استعراض مضامين الدراسات السابقة العربية والأجنبية، يمكن الإشارة إلى الملاحظات الآتية:

- لقد تنوعت الدراسات التي تناولت قضايا الشباب سواء السياسية أو الاجتماعية، ومدى اعتمادهم على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات والمعرفة بالأحداث الجارية، والتمكين السياسي للقضايا المتعلقة بالانتخابات والإصلاحات السياسية، بينما ذهب بعضها إلى قياس مدى اهتمام الجمهور بشكل عام بالقضايا والأحداث التي تقدمها الصحافة.

- تناولت مجموعة من الدراسات أولويات الأجندة الصحفية في تناولها للقضايا التي تهم الشباب، على اعتبار أن فئة الشباب ومرحلتهم العمرية مهمة، ولا بد للرسائل الإعلامية أن تلبي احتياجاتهم الثقافية والمعرفية.
- تطرق جزء من الدراسات إلى العلاقة المتبادلة بين الأجندة الصحفية وأجندة النظام السياسي من حيث التركيز على بعض القضايا التي تهم الجمهور بشكل عام دون تحديد لعنصر الشباب، على اعتبار أن أجندة النظام السياسي تمثل برنامجاً سياسياً يتطرق للقضايا المثارة على مستوى الدولة، ويؤثر بشكل كبير على أجندة ترتيب أولويات القضايا التي تطرحها الصحافة واهتمامها بإبراز الخطابات الرئاسية على صفحاتها الأولى.
- ركزت معظم الدراسات في عناوينها على استخدام مصطلحات مرتبطة بمراحل عمرية مبكرة، ومرحلة المراهقة، والجمهور العام بدلًا في استخدام مصطلح فئة الشباب بشكل مباشر، علمًا بأن عينات الدراسة تم اختيارها في جميع هذه الدراسات من فئة الشباب للمراحل العمرية من 17-30 سنة.
- استخدمت معظم هذه الدراسات أكثر من أداة منهجية في تطبيقاتها وجمع معلوماتها، كالاستبيان والمسح، والمقابلة، والملاحظة إلى جانب منهج تحليل المضمون والدراسات الاستطلاعية والميدانية.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في كيفية تحديد مشكلة الدراسة البحثية، وصياغة أهدافها وتساؤلاتها، وتحديد منهجيتها، فضلًا عن المعالجات الإحصائية، والأطر النظرية، والتحليل والتفسير وأساليب عرض النتائج والتوصيات.

- انفردت الدراسة الحالية بعنوان وأهداف وتساؤلات اختلفت عن غيرها من الدراسات السابقة بتركيزها على دور الصحافة في معالجة محور الشباب على صفحاتها بما يتوافق مع توجهات الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين، وما ارتبط به من توجيهات وسياسات استهدفت هذه الفئة العمرية، كونها تشكل نسبة كبيرة من العنصر السكاني في الأردن، على اعتبار أن عملية توجيه هذه الفئة وتمكينها تشكل تحديات كبيرة تفرضها طبيعة التركيبة السياسية والاجتماعية والتربوية في الأردن، وأن هناك أدوارًا كبيرة ودقيقة تجاه الشباب واحتياجاتهم لا بد أن تحظى بأولويات أجندة الصحافة الأردنية بكافة توجهاتها في التركيز على السياسات والقضايا والأنشطة، والفعاليات المرتبطة بهم.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

اقتضت طبيعة الدراسة الاعتماد على المنهج البحثي الوصفي التحليلي، باستخدام أسلوب تحليل المضمون الكمي والكيفي، لغايات التعرف على مدى معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين.

فالتحليل الكمي هو الأساس الذي يقوم عليه التحليل الكيفي، وبالاستناد إلى التحليل الكمي يستطيع الباحث الغوص في أعماق المادة المكتوبة وتوضيح أبعادها واتجاهاتها، فهذان التحليلان مكملان لبعضهما، واستخدامهما بصورة منهجية يسفر عن نتائج دقيقة للدراسة (عمر،2002،237). أي أن التحليل الكيفي ضروري للوصول إلى تفسيرات متعمقة للمعطيات الكمية وما يكمن وراءَها من دلالات.

ويعرض هذا الفصل تعريف منهج تحليل المحتوى وخطواته المنهجية من حيث اختيار مجتمع الدراسة وعينتها وأداتها، ومتغيراتها، وطريقة اختيارها وقياس ثباتها، والإجراءات التي تم تطبيقها من خلالها، إلى جانب بعض الصعوبات التي واجهتها.

أولاً: منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يهدف إلى دراسة الحقائق والبيانات المرتبطة بطبيعتها ، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، مما يساعد الدراسة على فهم الواقع الذي تقوم بدراسته، وتطوير هذا الواقع من خلال دراسته الحالية إلى ما هو أفضل.

ولأغراض تحقيق أهدافها، وللإجابة عن ما طرحته من تساؤلات؛ تم الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون، وهو أسلوب بحثي يهدف إلى تبويب خصائص المضمون في فئات، وفقًا لقواعد يحددها المحلل باعتباره باحثًا علميًا *(الطائي وأبو بكر،2007،125)*.

وهناك من يرى أن تحليل المضمون قد أسهم بفرضيات مهمة وخلاصات فعلية في مجال الوصف العلمي للخطاب الإعلامي، فهو ليس منهجًا لملامسة قضايا التواصل الجماهيري، وإنما منهج تكاملي يربط بين الجوانب الموضوعية والكمية في وصف النصوص الإعلامية والسياسية كوصفه للشعر والخطابات والتواصل التربوي *(العاقد،2002،103)*.

بينما تنظر *(سميسم،2002،68-70)* إلى هذا المنهج بطريقة مختلفة؛ إذ تقول: "إنه من الأفضل أن يُنظر إلى كلمتي "تحليل "و"المضمون" كلاً على حدة. فالأولى تعني عملية إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصرها بعضها عن بعض، ومعرفة طبيعة هذه العناصر وطبيعة العلاقات التي تقوم بينها، فيما يعني المضمون أو المحتوى في العلوم الاتصالية كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلاله أهدافا اتصالية مع آخرين، فهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينه ترتبط بشخصية الفرد وسماته الاجتماعية، فيصبح مظهرًا من مظاهر السلوك يميزه عن غيره من الأفراد ويستهدف جمهورًا محددًا بسماته واحتياجاته واهتماماته ليدرك ما في المضمون من معانٍ وأفكار بما يحقق اللغة التواصلية بين المصدر والجمهور".

بينمـا يـرى (*Bryman,2012,304-305*) أنـه طريقـة شـفافة وصـريحة وموضـوعية فـي إجراءات أخذ العينـة وتحديد تكراراتها ووضـع مخطط الترميز، إلـى جانب أنها مرنـه للغاية، ويمكن تطبيقها على مجموعة واسعة من مختلف أنواع المعلومات النصية غير المنظمة، هذا وغالبًا ما يرتبط تحليل المحتوى مع مخرجات وسائل الإعلام.

ثانياً: مجتمع الدراسة

تحدد مجتمع الدراسة في محتوى المادة الصحفية، التي عالجت محور الشباب الوارد في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين في الفترة الممتدة من 2005 إلى 2014. وذلك في الصحف اليومية المحلية الآتية: (الرأي، والغد، والسبيل).

ومن الجدير ذكره، أن الاختيار قد وقع على تلك الصحف الثلاث؛ لأنها تمثل توجهات رسمية، وحزبية، ومستقلة (خاصة)، بالإضافة إلى تنوع التوجهات الفكرية لكتابها، وهي صحف واسعة الانتشار والتوزيع، ونسبة قراءتها عالية.

ثالثًا: عينة الدراسة

تم سحب عيّنة (طبقية – قصدية)، قوامها (147) عددًا من أعداد الصحف الأردنية مجتمع الدراسة، تمثلت بالسنوات من 2005-2014، توزعت على (49) عددًا (من كل صحيفة من الصحف الثلاث). ويعتبر هذا العدد كافيًا وفقًا للدراسات التي طبقت أسلوب تحليل المحتوى، وهذا النوع من العينات يستخدم للحصول على تمثيلًا دقيقًا لعينة الدراسة، بما يحقق أغراضها والهدف منها. وبلغ عدد المواد التي جرى تحليلها كمياً (489) مادة تحريرية، موزعة كالآتي: (220) من مادة صحيفة الرأي، و(161) من صحيفة الغد، و (108) من صحيفة السبيل.

وقد تم حساب حجم العينة الطبقية وفق المعادلة الآتية:

Z= قيمة Z المعيارية (من الجدول الخاص بالمعادلة).

P= احتمال اختيار شيء من كل.

C= حد الثقة ± 5%

$$s = \frac{Z^2 (P) * (1 - P)}{C2}$$

من موقع البحث الإبداعي (Creative Research Systems) الذي أظهر أن مستوى الثقة الممثل لعينة الصحف ينحصر ما بين 37–50 مفردة، وتم اختيار عينة بلغت (49) بنسبة ثقة 5,04% -http://www.surveysystem.com/sample(size). (كما هو موضح في جدول رقم 1).

وتم إتباع الأسلوب الآتي لاختيار مفردات العينة:

1. تم تحديد تواريخ الخطابات الملكية المحلي* والدولية* وخطابات العرش*** البالغ عددها (162) خطابًا****، التي ستتناول الدراسة تحليل كيفية معالجة الصحافة الأردنية لما تضمنته هذه الخطابات فيما يتعلق بمحور الشباب.

2. تم تحديد عينة الدراسة من الصحافة الأردنية الصادرة في الأيام التي تلي يوم إلقاء هذه الخطابات في المحافل المحلية والدولية.

3. تم تحديد عينة الدراسة من أعداد صحفيتي الرأي والغد اليوميتين، الصادرة في الأيام التي تلت يوم إلقاء خطابات الملك عبد الله الثاني ابن الحسين في الفترة من 2005–2014 (كما هو موضح في الجدول رقم 2–أ).

4. أما بالنسبة لعينة أعداد صحيفة السبيل، فقد تم اعتماد أول عدد صادر بعد إلقاء الخطابات الملكية؛ ذلك لأنها كانت صحيفة أسبوعية، بينما تم اعتماد الأعداد اليومية الصادرة من الصحيفة ذاتها، منذ تاريخ 2009/2/9؛ أي منذ بدء صدورها يومياً. (كما هو موضح في الجدول رقم 2–ب).

---

* الصادرة عن إدارة الإعلام والمعلومات/ الديوان الملكي الهاشمي العامر في الفترة من2005–2014.

** الخطابات المحلية: وهي التي يقترن القاؤها بأية قضايا تهم الدولة، واقتضت الحالة أن يوجه جلالته خطابًا خاصًا بها.

*** الخطابات الدولية: وهي الخطابات التي تتم بترتيب خاص، وقد تكون أمام برلمان، أو هيئة، أو مؤسسة مجتمع مدني، وتكون ذا طبيعة عامة في تناول القضايا المعاصرة حينها.

**** خطابات العرش: هي استحقاق دستوري يتم بموعده الدستوري المحدد، وهي خطابات توجيهيه ترسم تطلعات القيادة الموجهة للحكومة فيما يتعلق بالقضايا الراهنة ذات الاهتمام.

جدول رقم (1) يوضح اختيار العينة الطبقية من 2005 -2014

السنة	عدد الخطابات المحلية	عدد الخطابات الدولية	عدد خطابات العرش	العدد الكلي للخطابات	عدد العينة من الصحف
2014	1	5	1	7	2
2013	6	4	2	12	4
2012	5	5	_	10	3
2011	6	4	1	11	4
2010	5	6	1	12	4
2009	6	3	_	9	3
2008	9	15	1	25	6
2007	9	11	1	21	6
2006	11	17	1	29	9
2005	10	15	1	26	8
المجموع	68	85	9	162	49

جدول(2-أ) عينة أعداد صحافة الرأي والغد اليومية لليوم الذي يلي تلاوة الخطاب من 2005-2014

الرقم	اليوم	تاريخ الإصدار	أرقام أعداد الصحف	
			الرأي	الغد
.1	الثلاثاء	2005/3/22	12601	234
.2	السبت	2005/5/21	12661	294
.3	الاثنين	2005/5/23	12663	296
	الأربعاء	2005/5/26	13026	659
.4	الجمعة	2005/6/10	12681	314
.5	الخميس	2005/6/30	12701	334
.6	الأربعاء	2005/8/17	12749	382
.7	السبت	2005/9/17	12780	413
.8	الثلاثاء	2005/11/29	12851	484
.9	الأربعاء	2006/5/26	13026	659
.10	الخميس	2006/5/13	13074	707
.11	الجمعة	2006/7/28	13089	722
.12	الجمعة	2006/9/1	13124	757
.13	الخميس	2006/9/14	13137	770
.14	الأربعاء	2006/9/20	13143	776
.15	الثلاثاء	2006/11/1	13182	815

841	13208	2006/11/27	الاثنين	16.
843	13210	2006/11/29	الأربعاء	17.
894	13261	2007/1/22	الاثنين	18.
990	13357	2007/4/28	السبت	19.
1011	13378	2007/5/19	السبت	20.
1008	13384	2007/5/25	الجمعة	21.
1132	13499	2007/9/17	الاثنين	22.
1207	13574	2007/1/3	الانين	23.
1352	13720	2008/4/30	الأربعاء	24.
1371	13739	2008/5/19	السبت	25.
1402	13770	2008/6/19	الخميس	26.
1435	13803	2008/7/22	الثلاثاء	27.
1510	13876	2008/11/6	الاثنين	28.
1546	13914	2008/11/13	الخميس	29.
1629	14000	2009/2/8	الأحد	30.
1726	14097	2009/5/16	السبت	31.
1750	14121	2009/6/9	الثلاثاء	32.
2109	14486	2010/6/9	الأربعاء	33.
2211	14588	2010/9/21	الثلاثاء	34.
2231	14608	2010/12/11	الاثنين	35.
2277	14654	2010/11/29	الاثنين	36.

.37	الاثنين	2011/8/15	14913	2536
.38	السبت	2011/9/24	14950	2573
.39	الأحد	2011/10/23	14979	2602
.40	الخميس	2011/10/27	14983	2606
.41	الثلاثاء	2012/3/20	15125	2747
.42	الخميس	2012/4/19	15155	2777
.43	الثلاثاء	2012/12/11	15387	3008
.44	الاثنين	2012/2/11	15449	3068
.45	الجمعة	2013/5/26	15553	3172
.46	الاثنين	2013/6/17	15575	3194
.47	الأربعاء	2013/9/25	15672	3291
.48	الخميس	2014/9/25	16026	3646
.49	الاثنين	2014/11/3	16062	3682

جدول (2– ب) عينة أعداد صحف السبيل الأسبوعية–اليومية2005–2014

الرقم	اليوم	تاريخ الصدور	رقم العدد
1	الثلاثاء	2005/3/23–22	584
2	الثلاثاء	2005/5/–23–17	592
3	الثلاثاء	2005/5/29–23	644
4	الثلاثاء	2005/6/14–7	595
5	الثلاثاء	2005/7/4–6/28	598
6	الثلاثاء	2005/8/29–23	605
7	الثلاثاء	2005/9/26–20	610
8	الثلاثاء	2005/1/5–11/29	620
9	الثلاثاء	2006/5/29–22	644
10	الثلاثاء	2006/7/17–11	651
11	الثلاثاء	2006/7/31 –25	653
12	الثلاثاء	2006/9/4 – 8/29	658
13	الثلاثاء	2006/9/18–12	660
14	الثلاثاء	2006/9/25 –19	661
15	الثلاثاء	2006/11/6 – 10/31	666
16	الثلاثاء	2006/11/27–21	669
17	الثلاثاء	2006/12/5 –11/28	670
18	الثلاثاء	2007/4/30 –24	690
19	الثلاثاء	2007/5/21 –15	692

694	2007/5/28– 22	الثلاثاء	20
760	2007/9/17 –11	الثلاثاء	21
721	2007/12/3 –11/27	الثلاثاء	22
676	2007/1/22 –16	الثلاثاء	23
743	2008/5/5 –4/29	الثلاثاء	24
745	2008/5/19 –13	الثلاثاء	25
750	2008/6/22 –17	الثلاثاء	26
755	2008/7/28 –22	الثلاثاء	27
764	2008/11/6 – 9/23	الثلاثاء	28
770	2008/11/17 –11	الثلاثاء	29
781	2009/2/9 –2	الثلاثاء	30
877	2009/5/16	السبت	31
901	2009/6/9	الثلاثاء	32
1259	2010/6/9	الاربعاء	33
1360	2010/9/21	الثلاثاء	34
1380	2010/10/11	الاثنين	35
1425	2010/11/29	الاثنين	36
1684	2011/8/15	الاثنين	37
1720	2011/9/24	السبت	38
1749	2011/10/23	الأحد	39
1753	2011/10/27	الخميس	40

41	الثلاثاء	2012/3/20	1892
42	الخميس	2012/4/19	1922
43	الثلاثاء	2012/10/11	2151
44	الاثنين	2013/2/11	2211
45	الجمعة	2013/5/26	2314
46	الاثنين	2013/6/17	2336
47	الأربعاء	2013/9/25	2432
48	الخميس	2014/9/25	2781
49	الاثنين	2014/11/3	2815

رابعًا: أداة الدراسة

تمثلت أداة الدراسة في استمارة تحليل المضمون؛ إذ تم تصميم استمارتين خاصتين من أجل تحليل شكل ومضمون عينة الدراسة من أعداد الصحف الأردنية(الرأي، والغد، والسبيل): بما يتناسب مع متطلبات الدراسة وأهميتها، بهدف الإجابة عن تساؤلاتها وتحقيق أهدافها، ووصف المحتوى الظاهر والصريح للمادة الإعلامية؛ إذ تضمنت هاتين الاستمارتين عددٍ من الفئات، وكما هو موضح في المرفق رقم(1 و2).

خامساً: وحدة التحليل

ويقصد بها الوحدات التي تخضع للرصد والتوصيف، ومن ثم العد والقياس (اللبان ،عبد المقصود،2008،98)، واعتمدت الدراسة على الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية (المفردة)، وهي الأشكال الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام كأشكال وعناصر الإبراز الصحفي ومصادره ومن أمثلتها التحقيق، والعمود الصحفي، والكاريكاتير، والكاتب الصحفي(حسين،2006 ،262). وفي

هذه الدراسة يقصد بها إجرائيا: مدى تكرارات ظهور محور الشباب بالأشكال والقوالب الفنية الصحفية الكاملة المستخدمة في الصحافة الأردنية عينة الدراسة.

سادساً: فئات التحليل

ويقصد بها التصنيفات أو الفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقًا لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل؛ لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بدقة وشمول، ولا توجد فئات نمطية جاهزة للاستخدام في كافة البحوث، وتحديد الفئات هي النقطة الأساسية التي تتوقف عليها نتائج الدراسة (عبد العزيز،2012، 259-260).

الفئات إجرائيًا: هي التصنيفات التي اعتمدتها الدراسة استنادًا إلى طبيعة موضوعها وأهدافها، كوسيلة يُعتمد عليها في التحليل الكمي.

وقد تم تحديد الفئات بعد الاطلاع على 10% من الصحف اليومية الثلاث (الرأي، الغد، السبيل) من خارج عينة الدراسة، كما تم وضع التعريفات الاصطلاحية والإجرائية لكل فئة من فئات تحليل المضمون، حتى يسهل تحديدها وعدها وضبط قياسها، وإحكام عملية تحليل المضمون للوصول إلى الإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها. **والملحق رقم(3)** يوضح التعريفات المنهجية والإجرائية للفئات الفرعية والثانوية التي اشتملت عليها الدراسة.

هذا وقد قسمت فئات الدراسة إلى فئتين: الأولى للإجابة عن سؤال ماذا قيل؟ والثانية للإجابة عن سؤال كيف قيل؟

- **فئات التحليل (ماذا قيل)؟**

تتناول هذه الفئة مادة المضمون التي يمكن أن تستخرجها الدراسة من مضامين الرسالة الإعلامية ليتم تحليلها ودراستها، وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدة أنواع من تلك الفئات وهي:

فئة القيم والسياقات الفكرية، والشخصية الفاعلة، والإستمالات الإقناعية ومصدر المضمون وأهدافه. وتندرج تحت فئات ماذا قيل الفئات الآتية:

أولاً: فئة السياقات الفكرية:

اصطلاحًا: يقصد بالسياقات الفكرية الدلالة الفكرية الحاصلة من مراعاة ما يحيط باللفظ أو التركيب أو النص من كلام سابق ولاحق قد يشكل النص كله أو الكتاب بأسره، وما يحيط به من ملابسات غير لفظية، أو ظروف تتعلق بالمخاطِب أو المخَاطَب وطبيعة موضوع الخطاب (العبيدي، 2004، 33-35).

إجرائياً: يقصد بفئة السياقات الفكرية نوع المضامين الفكرية التي تناولها محتوى الرسالة الإعلامية التي تعالج موضوع الشباب، وتفيد هذه الفئات في الكشف عن مقدار اهتمام الوسيلة الإعلامية بنوع مضامين الرسالة الإعلامية، وحددت الدراسة السياقات الفكرية لهذه الدراسة بالسياسية، والاقتصادية، والثقافية والتربوية، والاجتماعية، والتطوعية، والدينية، والاستراتيجية(وكما هو موضح في المرفق رقم 3).

ثانياً: فئة المصدر الصحفي:

المصدر اصطلاحًا: هو الأشخاص والمؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة التي تحصل الوسيلة الإعلامية على الأخبار منها، وتتعدد تقسيمات مصادر الخبر، فمنها مصادر صانعة وأخرى ناقلة للخبر، وهناك من قسمها إلى مصادر ذاتية وخارجية (نصر، 2004، 91).

وذكر (عامر، 2013، 62) أنه كلما زادت نسبة المصادر عند صحيفة معينة كلما زادت فرصتها في تقديم خدمة إخبارية جيدة ومؤثرة للقارئ، وهذا ما يميز في وقتنا الحاضر بين صحيفة ناجحة وأخرى فاشلة.

إجرائيًا: يقصد بالمصدر الجهة أو الجهات التي تزود الصحيفة بمضامين أخبار، أو موضوعات، أو قضايا، أو مشكلات متعلقة بالشباب، وقد حددتها الدراسة بالمصادر الآتية: المحرر، والمندوب، والمراسل، والكاتب، ووكالة الأنباء الأردنية، ووكالات الأنباء العربية والعالمية، والإذاعات، ومراسل وكالة صحيفة أخرى، والصحيفة بدون مراسل، ودون تحديد مصدر، والشباب.

ثالثاً: فئة القيم: اصطلاحًا: يقصد بالقيم مجموعة من المعايير تكون بمثابة موجهات للمحكمْ تؤثر في سلوكيات الأفراد، وتتمثل في اتجاهاتهم (الشريدة، غرايبة، 1994، 153).

ويعرف هالستيد (Halstead, 1995,5) القيم بأنها المبادئ والمعتقدات الأساسية، والمثل، والقيم، والمقاييس، أو أنماط الحياة التي تعمل مرشدًا للسلوك، أو نقاط التفضيل في صنع القرار أو لتقويم المعتقدات بالأفعال التي ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالسمو الخلقي والذاتي للأشخاص.

إجرائيًا: القيم هي مجموعة الأعراف والقواعد التي حددها الخطاب السياسي وأبرزتها الرسالة الإعلامية للجمهور، بهدف التأثير والتوجيه والتوعية، من أجل خلق مواطنين صالحين واعين لحقوقهم وواجباتهم، مضطلعين بالأمور المعقودة عليهم اتجاه وطنهم بوعي ومن خلال التفاعل الإيجابي مع هذه القيم.

هذا وقد تعددت تصنيفات القيم كمفهوم ونظرية ومنظومة، واعتمدت الدراسة تصنيف روكيش للقيم* "Rokeach" الذي يرى أن القيم تؤثر في كل من الاتجاهات، والتوقعات، والاحتياجات، والدوافع، وهي تتشكل في ضوء الخبرة التي يكتسبها الفرد من خلال الاحتكاك بوالديه، وأصدقائه،

---

* أكثر مقاييس القيم شيوعًا واستخدامًا في المجالات التربوية والنفسية(سعادة،وعبد الغني،وزيادة:2007،46).

ومن خلال الجماعات المرجعية التي يتصل بها، والتنظيمات الدينية، ووسائل الاتصال، ومن خلال المواقف الثقافية المتباينة في إطار التنظيمات الاجتماعية (نقلاً عن إبراهيم، 2009،419).

وقسم تصنيف روكيش القيم إلى فئتين:

أولاً: القيم الغائية Termine Value وتتكون من ثماني عشرة قيمة، وتحتوي على فرعين هما: القيم الخاصة بالشخص وتدور حول الذات، والقيم الخاصة بالعلاقات بين الأشخاص أو المجتمع.

ثانيًا: القيم الوسيلية Instrumental وتحتوي على فرعين هما: القيم الأخلاقية، وقيم الاقتدار والكفاءة. وتتكون من ثماني عشرة قيمة. ويرى روكيش أن عدد القيم الغائية ليس بالضرورة أن يماثل عدد القيم الوسيلية علاوة على العلاقة بينهما (نقلاً عن الفضلي ومحمد،2013،13-14).

واعتمدت الدراسة ضمن هذا التصنيف سبع عشرة قيمة، منها ثمان قيم غائية وهي: السلام العالمي، والعدالة والمساواة وتكافؤ الفرص، والأمن والاستقرار، وصون الحريات، واحترام الذات والآخر، والحكمة، والتضحية في سبيل الوطن، والاستقلالية. وأخرى وسيلية وهي: الطموح والإنجاز، والتمكين والتحصين، والمبادرة، وتحمل المسؤولية، والانتماء والولاء، والاعتدال، والمواطنة الصالحة، والتسامح. وأضافت الدراسة اثنتي عشرة قيمة أخرى على المقياس نفسه وهي قيم غائية (العمل الجاد، والتغيير والإصلاح، وبناء مستقبل الوطن، والمسألة والمحسوبية، والنزاهة والشفافية، والهوية الوطنية)،

والقيم الوسيلية وهي: (العمل بروح الفريق، وصقل المهارات، والإرادة والتصميم، والأمل والتفاؤل، والإبداع والتميز، التحفيز) وتم الاستدلال عليها من خلال مضمون الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين التي ارتبطت بمحور الشباب.

رابعًا: فئة أهداف المضمون:

اصطلاحًا: يقصد بها الأهداف التي تسعى لتحقيقها مضامين الرسالة الإعلامية سواء بشكل محدد مباشر أو ضمني (عبد المجيد،1982،171).

وعرفها (الوفائي،1989،159) بأنها الأهداف التي يسعى الكاتب أو القائم بالاتصال إلى بثها. و**إجرائيًا:** ويقصد بها الغاية أو الغايات التي تسعي المادة التحريرية الصحفية إيصالها إلى الجمهور المستهدف، من خلال معالجتها لموضوعات الشباب لإبراز ما ورد في الخطاب السياسي من أهداف متعددة تربوية، وتثقيفية وتوجيهية، وحددت الدراسة الأهداف الآتية: الإعلام والأخبار، والتوعية، والتثقيف، والتحفيز، والتأثير في الرأي العام، وإبداء الرأي، وحل مشكلات، وأكثر من هدف.

خامسًا: فئة الشخصية الفاعلة

اصطلاحًا: وتعني الشخصية الفاعلة التي تعكسها الرسالة الإعلامية في معالجتها لموضوعات الشباب، ويمكن تقسيم فئات الشخصية إلى فئات فرعية أصغر، رؤساء دول، ورؤساء حكومات، ووزراء، سفراء، وخبراء ، ومدراء، وقيادات شعبية. (عبد العزيز:2011،262).

إجرائيًا: ويقصد بها فئة الشخصية الفاعلة للشخصيات، والمؤسسات، والأفراد، التي أبرزتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب من خلال موادها التحريرية والتي تمثلت بالآتي: الشخصيات الرسمية (رؤساء حكومات، ووزراء، خبراء، قيادات شعبية)، والهيئات والمؤسسات الشبابية الأردنية المحلية، والهيئات والشخصيات الدولية، والشخصيات الصحفية، وشخصية الشباب(وكما هو موضح في المرفق رقم3).

سادسًا: فئة الاستمالات:

اصطلاحًا: الاستمالة هي العملية التي تقوم بها وسائل الاتصال للتأثير في الآخرين عن طريق استخدام مختلف الأدلة والشواهد، والأمثلة، والبراهين، والميول، لتقبل ما تقدمه من أفكار وآراء، والقيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة، ولكل وسيلة اتصال مقدرة استمالية تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، وتختلف الاستمالات حسب الموضوع الذي يتم تناوله، وحسب نوع الجمهور الذي توجه له كذلك.(حجاب،2004،53).

إجرائيًا: هي الأساليب التيقدمت بها الصحافة مضمون المادة التحريرية الصحفية المتعلقة بالشباب باستخدام أساليب إقناعية بهدف التأثير في قناعة الجمهور المستقبل للرسالة، بتقديم الكلمات، والجمل، والعبارات، والأمثلة والحجج، والبراهين، والإحصائيات الرقمية، التي تؤيد وجهة نظر المرسِل، للمساهمة في ربط هذه الرسالة بقضايا الشباب ومتطلباتهم، وحاجاتهم الحالية والمستقبلية.

فئات تحليل كيف قيل؟

وتندرج تحت فئة كيف قيل الفئات الآتية:

أولًا: فئة الفنون الصحفية.

اصطلاحًا: "يقصد بالفنون الصحفية الأشكال التي تقدمها المادة الإعلامية عند تقديمها للجمهور من حيث التنوع، وتستخدم هذه الفئة للتمييز بين الأشكال الصحفية المختلفة وفق أسس عدة" (نصر،2005،36).

وكما يعرفها(خضور،2004، 10) "بإنها الأشكال أو الصيغ التعبيرية التي لها بنية داخلية متماسكة، ولها طابع الثبات والاستمرارية، تعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، وبقدر متفاوت

من الشمولية والعمق، فتسعى إلى تقديم التفسير والتحليل للأحداث، والظواهر، والتطورات لإيصال رسالة محددة إلى القارئ".

إجرائيًا: ويقصد بها الأشكال أو القوالب الصحفية التي استخدمتها الصحافة الأردنية في معالجة موضوعات الشباب من خلال موادها التحريرية، والتي تجيب عن سؤال: كيف قيل؟ وقد قسمت الدراسة أنواع الفنون الصحفية في هذه الفئة، على النحو الآتي: الخبر، والعمود الصحفي، والتقرير الصحفي، والتحقيق الصحفي، والمقال الصحفي، والحديث الصحفي، والتحليل الصحفي، والكاريكاتير.

ثانيًا: وسائل الإبراز الصحفية (العناصر التيبوغرافية):

تتكون الصحيفة من عدة عناصر مقروءة تشترك جميعها في تشكيل الهيكل التيبوغرافي البنائي لها، وهي جزءٌ من مفهوم العملية الإخراجية لها، ويرى أحمد الصاوي "أن الإخراج بمفهومه الواسع والشامل يُعنى بتنويع الوحدات التيبوغرافية التي تتعلق مهمتها بالشكل المادي من حيث المساحة والترتيب والتنسيق فوق حيز الصفحة، واجتياز هذه الوحدات وإبرازها وفقاً لخطة معينة تعمل على تكوين شخصية الصحيفة، ورسم ملامحها في أذهان القراء" (نقلًا عن الحديدي، 2006أ، 13).

إجرائيًا: يقصد بها أساليب ووسائل الإبراز المصاحبة لمضمون المادة الصحفية التي عالجت موضوعات الشباب. وقد تناولت الدراسة عناصر الإبراز الصحفية الآتية: فئة الموقع، والمساحة، والصور والرسومات، والألوان.

1. فئة موقع النشر:

اصطلاحًا: تعد فئة الموقع من الفئات التي تساعد في التعرف على الأهمية التي توليها الصحافة للموضوعات الخاضعة للتحليل (بد، 1992، 141).

وإجرائيًا: يقصد بها موقع أو مكان نشر المواد الصحفية التي عالجت محور الشباب، وقد حددت الدراسة هذه المواقع، بالآتي: الصفحة الأولى، والصفحة الداخلية، والصفحة الأخيرة، والملاحق.

فئة مساحة النشر:

ويقصد بها اجرائيًا الحيز المكاني الذي تشغله المادة التحريرية في الصحافة الأردنية عينة الدراسة في معالجتها لمحور الشباب، وما يتم من خلال هذه المساحات من استكتاب للكُتاب والمتخصصين في قضايا الشباب وموضوعاتهم، وما تشمله هذه المساحات من عناوين وصور ورسوم مرافقة للمادة الصحفية، وقدرت المساحة في هذه الدراسة بـ: الصفحة **الأقل** من 50 سم، والعمود، وربع الصفحة، ونصف الصفحة فأكثر، وصفحة، وصفحتان وما تجاوز الصفحتين.

3.فئة العنوان: اصطلاحًا: هي الهاديات والمفاتيح المساعدة في فهم الخبر الصحفي وإدراكه، وتقوم بعدة وظائف، من أهمها جذب القارئ ومساعدته على فهم محتوى الخبر، ومساعدة الصحيفة في تكوين شخصية خاصة بها، فهي عنصر تيبوغرافي بارز .(Baskette,1986,166).

إجرائيًا: ويقصد بها العبارات أو الجمل التي تتقدم المواد التحريرية المنشورة في الصحف عينة الدراسة، والمتصلة بها، وترتبط بها ارتباطًا وثيقًا، وتدل على مضامينها وتعبر عنها، وقد اشتملت

هذه الفئة على خمس فئات فرعية هي: عناوين الصفحة الأولى، والعنوان الرئيس، والعنوان التمهيدي، والعنوان الفرعي، والعنوان الجانبي.

4. فئة الصور:

والصور كما ذكر (الحديدي، 2006أ ،125) تتحدد قيمتها بقدرتها على كيفية إحداث الاستجابة المؤثرة لدى المتلقي، كما تتحدد بأهمية الشخصية التي تتحدث عنها الصورة، وطبيعة الحدث الذي تنقله لشد انتباه القارئ.

إجرائيًا: يقصد بها فئة الصور التي استخدمتها الصحافة الأردنية لمعالجة موضوعات الشباب والتعبير عنها. وقد حددت الدراسة في تحليلها ثلاثة أنواع من الصور، وهي: الصور الإخبارية، والشخصية، والموضوعية.

فئة الرسومات:

اصطلاحًا: "يقصد بها الرسوم التوضيحية التي تفسر ما يصعب فهمه من كلمات، وتساعد على جذب انتباه القراء، وتبسيط المعلومات المعقدة في جانب مهم من جوانب الخبر أو الموضوع، وقد تأخذ شكل رسوم تعبيرية بريشة فنان، أو رسوم بيانية، أو جداول إحصائية، أوخرائط" (اللبان،2001،62). و**إجرائيًا:** وتقصد بها الدراسة الرسومات التي استخدمتها الصحافة في معالجة موضوعات الشباب بهدف جذب الانتباه نحو القضايا العديدة، وقد حددت الدراسة الرسومات الآتية: الرسوم التعبيرية، والرسوم التوضيحية، والرسوم الشخصية.

فئة الألوان:

اصطلاحًا: يعد اللون المستخدم في المادة التحريرية عنصرًا من العناصر التيبوغرافية التي تكون جسم الصحيفة وبخاصة على الصفحة الأولى منها، بالإضافة إلى تلوين العناوين، والصور، والرسومات العريضة والممتدة، وتعد الصحف الحزبية في أغلبها والصحف الخاصة من أكثر الصحف استخدامًا للون مع العناوين (النجار،2001،275-276). كما يذهب (اللبان،1994،17) إلى أن اللون يضفي صفة الواقعية على الكلمة والصورة، وهذا يجعل القارئ أكثر استعدادًا لتقبل الرسالة الإعلامية، بالإضافة إلى أن اللون يشكل ملمحًا من ملامح شخصية الصحيفة التي يرتبط بها القارئ ويألفها.

إجرائيًا: تم اعتماد هذه الفئة لما تمثله من تأثير وأهمية في جذب انتباه القارئ، ونظرًا لما تعكسه من انطباع عن عمق اهتمام الصحيفة بإبراز بعض العناوين والموضوعات التي تتناول قضايا بارزة، ذات أهمية للتأثير على الرأي العام في معالجتها لموضوعات الشباب، واعتمدت الدراسة فئات الألوان الآتية: الصفحات الملونة، غير الملونة.

سابعاً: صدق أداة الدراسة وثباتها

أ. **الصدق -** يرى (Bryman,2012,389-390) أن هناك صدق داخلي ويعني مدى التطابق الجيد بين ملاحظات الباحث والأفكار النظرية للدراسة، أما الصدق الخارجي فيشير إلى أي درجة يمكن للدراسة تعميم نتائجها على البيئة الاجتماعية.

والمقصود بصدق التحليل هو صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما يُراد قياسه، من أجل تحقيق أهداف الدراسة والتوصل إلى نتائج من الممكن تعميمها (عبد الحميد،223،1983).

ولتحقيق الصدق الظاهري لفئات التحليل الرئيسية التي حددتها الدراسة في استمارتي تحليل المضمون، لقياس مدى معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبد الله الثاني ابن الحسين، فقد تم اتخاذ الإجراءات الآتية:

1.تم تحديد وتصنيف فئات التحليل بدقة، ووضعت تعريفات إجرائية واضحة لكل منها.

2. تم عرض استمارة تحليل المضمون على عددٍ من المحكمين ذوي التخصصات العلمية من الأساتذة الأكاديميين المختصين في مجال الإعلام والسياسة وعلم الإحصاء والقياس واللغة العربية، وكما هو موضح في المرفق رقم(4)، الذين أقروا بصلاحيتها ومنهجيتها العلمية، وفي ضوء توجيهاتهم تم تعديل استمارتي التحليل وتطويرهما بما يتناسب مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها.

ب: الثبات يرى (ويمر، ودومنيك،2013،303) أن مفهوم الثبات حاسم في دراسات تحليل المضمون، فإذا أردنا أن يكون التحليل موضوعيًا، عندئذٍ يجب أن تكون إجراءاته ومقاييسه موثوقة وثابتة، وفي حالة إعادة قياس المادة نفسها يتم الحصول على القرارات أو الاستنتاجات أو التكرارات نفسها.

ولتحقيق نسبة ثبات مقبولة علميًا في هذه الدراسة، فقد تم اعتماد حساب هولستي "Holsti" للثبات، الذي تطلب تدريب اثنين من المحللين[1]* بتعريفهم على فئات التحليل والبيانات الأساسية لجداول التفريغ المرمزة؛ إذ تم إخضاع عينة قوامها (5) مواد تحريرية لتحديد درجة الثبات لهذه الدراسة وفق المعادلة التالية:

$$Reliability = \frac{2M}{\mathrm{N1} + \mathrm{N2}}$$

[1] * د. حنان بدارنة مركز اللغات، الجامعة الأردنية، وميسون الزغول طالبة دكتوراه/ قسم الجغرافيا، الجامعة الأردنية.

- 2M :وتعني عدد الحالات التي اتفق عليها المحللان.
- N1 : وتعني عدد الحالات التي يرمزها الباحث الأول.
- N2 : وتعني عدد الحالات التي يرمزها الباحث الثاني.

حيث تم توزيع هذه العينة على المحللين؛ إذ بلغت عدد المواد المرمزة التي تم تحليلها (75) فئة لكل محلل، أي ما مجموعه (150) للمحللين، وقد اتفقا على (69) مادة مرمزة، وبناءً عليه يكون معدل الثبات على النحو الآتي:

$\frac{2(69)}{150} = 0.92$، وبهذا الشأن أشار "نيوندورف" **Neunendorf** إلى أن معامل الثبات إذا وصل إلى 0,90 أو أكثر يكون مقبولًا في كل الحالات. (نقلًا عن زغيب،2009،163و159).

ثامناً: متغيرات الدراسة

تتضمن أي دراسة علمية يقوم الباحث بدراستها عدداً من العناصر المتفاعلة التي يطلق عليها المتغيرات "*Variables*"، وفي هذه الدراسة تنقسم المتغيرات إلى قسمين:

1 المتغير المستقل: وهو المراد قياس تأثيره على الظاهرة موضوع الدراسة، وهو في هذه الدراسة "الصحافة الأردنية".

2. المتغير التابع: وهو المتغير المراد قياسه ودراسة تأثير العوامل الأخرى عليه، وهو في هذه الدراسة "محور الشباب".

تاسعاً: – إجراءات الدراسة:

– مُراجعة الأدبيات والدراسات، والابحاث السابقة التي عالجت موضوعات مختلفة للشباب من جانب، والخطاب السياسي وتوجهاته من جانب أخر، للإستفادة مما انتهجته هذه الدراسات من منهج وأدوات علمية، للاسترشاد بها في إجراءت الدراسة الحالية.

- بناء الأدب النظري الخاص بالدراسة.

- تحديد مجتمع الدراسة وسحب عينتها بصورة ممثلة بما يضمن موضوعية الإجابة على تساؤلات الدراسة، وتحقيق أهدافها.

- إجراء دراسة استطلاعية لما تضمنته الخطابات السياسية للملك عبدالله الثاني ابن الحسين؛ إذ تم تحديد السياقات الفكرية وما تفرع عنها من موضوعات وقيم ارتبطت بمحور الشباب.

- إجراء دراسة استطلاعية بتطبيق تحليل مبدئي على تسعة أعداد صحفية، بمعدل ثلاث أعداد صحفية من صحف مجتمع الدراسة(الرأي، والغد، والسبيل) بغرض تحديد الموضوعات المكونة لفئات التحليل.

- تحديد فئات الدراسة ووحداتها وتعريفها منهجيًا وإجرائيًا بما يخدم أغراض الدراسة.

- تصميم استمارة تحليل المضمون بما يتوافق مع فئات الدراسة ووحداتها.

- لتحقيق درجة صدق العينة وثباتها ، فقد تم اخضاع نسبة من المواد التحريرية للتحليل من خلال محللين على دراية بمنهجية أسلوب التحليل الذي استخدمته الدراسة، ومن ثم تحكيم الاستمارة من خلال محكمين أكاديمين.

- تحليل مضمون المادة الصحفية من أعداد عينة الصحف (الرأي، والغد، والسبيل)، ومعالجتها إحصائيًا، واستخراج النتائج على شكل تكرارات ونسب مئوية.

- مناقشة النتائج والخروج بتوصيات مستقبلية.

عاشرًا: صعوبات الدراسة

واجهت الدراسة بعض الصعوبات التي تمثلت بالآتي:

- حجم عينة مجتمع الدراسة أدى إلى صعوبة انجازها في وقتٍ قصير؛ إذ احتاج الأمر إلى الحصول على العينة من أكثر من جهة.

- عدم توافر دراسات وإصدارات حديثة حول قضايا الشباب الأردني ومشكلاتهم.

- تطلبت الدراسة جهد كبير في الاطلاع على الخطابات السياسية للملك عبد الله الثاني ابن الحسين وما تضمنه من محاور متعلقة بالشباب للفترة من عام 2005إلى عام 2014.

الحادي عشر: المعالجة الإحصائية

بعد مرحلة الانتهاء من جمع البيانات وتحليل مضمون الصحافة الأردنية عينة الدراسة، تمت الاستعانة بخبير إحصائي لإجراء عمليات التحليل الإحصائي، والإجابة عن أسئلة الدراسة والخروج بأهدافها إذ تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) الذي يعد من أشهر النظم وأكثرها استخدامًا في مجال البحوث الاجتماعية والإنسانية، لإجراء العمليات الآتية:

- حساب التكرارات والنسب المئوية للفئات التي تضمنتها استبانة تحليل المضمون.
- اختبار التطابق مربع كأي (Chi- Square) لإيجاد مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرات الدراسة.

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

سيتناول هذا الفصل نتائج تحليل المضمون، وسيتم عرض هذه النتائج وفقًا لأسئلة الدراسة وأهدافها.

أولًا–مدى اهتمام الصحافة الأردنية اليومية بإبراز الموضوعات المتعلقة بمحور الشباب:

للإجابة عن سؤال الدراسة الأول الذي ينص على "ما مدى اهتمام الصحافة الأردنية بإبراز الموضوعات والقضايا المتعلقة بمحور الشباب؟ وهل توجد فروق إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) تعزى إلى هوية الصحيفة؟" تم استخراج التكرارات والنسب المئوية واستخدام اختبار مربع كاي للإجابة عنه. والجدول رقم (4–1) يوضح ذلك.

الجدول(4–1)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لاهتمام الصحف الأردنية بموضوعات الشباب تبعا لتكرار الخبر

الصحيفة	التكرار	النسبة المئوية	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
الرأي	240	47.2	*0.000	14.0
الغد	167	32.8		
السبيل	102	20.0		
الكلي	509	100.0		

تبين النتائج أن صحيفة الرأي كانت الأكثر اهتماماً بإبراز الموضوعات والقضايا المتعلقة بمحور الشباب بنسبة بلغت (47.2%)، تلتها صحيفة الغد بنسبة (32.8%)، وأخيراً السبيل بنسبة

(20.0%). ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) تبين وجود فروقات دالة احصائيا للصحيفة الأكثر اهتماماً بإبراز الموضوعات والقضايا المتعلقة بمحور الشباب، حيث كانت النتائج لصالح صحيفة الرأي التي وضعت هذه الفئة في سلم أولوياتها، بينما انخفض مستوى الاهتمام إلى درجات متدنية في صحيفتي الغد والسبيل.

ثانيًا–السياقات الفكرية وموضوعاتها التي أبرزتها الصحافة الأردنية:

للإجابة عن سؤال الدراسة الثاني الذي ينص على" ما السياقات الفكرية وموضوعاتها التي أبرزتها الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني بن الحسين؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟"، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية ومربع كاي للإجابة عن هذا السؤال، والجداول الآتية تبين ذلك:

الجدول(4–2)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية ومربع كاي للسياق السياسي في الصحف عينة الدراسة

السياقات السياسية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
التنمية السياسية	ت	17	12	4	33	0.006*	24.651
	%	5.5%	3.9%	1.3%	10.6%		
الاصلاحات السياسية	ت	19	11	24	54		
	%	6.1%	3.5%	7.7%	17.4%		
الديمقراطية والتعددية	ت	32	27	23	82		
	%	10.3%	8.7%	7.4%	26.5%		
المشاركة السياسية	ت	41	35	24	100		
	%	13.2%	11.3%	7.7%	32.3%		
الوحدة الوطنية	ت	23	11	2	36		
	%	7.4%	3.5%	.6%	11.6%		

السياقات السياسية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة	قيمة مربع كاي
أخرى	ت	2	1	2	5		
	%	.6%	.3%	.6%	1.6%		
المجموع	ت	134	97	79	310		
	%	43.2%	31.3%	25.5%	100.0%		

– **السياق السياسي:** لوحظ وجود تفاوت في درجة معالجة الصحافة الأردنية لهذه الموضوعات؛ إذ جاء ترتيبها كالآتي (المشاركة السياسية، والديمقراطية والتعددية، والإصلاحات السياسية، الوحدة الوطنية، والتنمية السياسية)، وأكثر التكرارات كان في صحيفة الرأي، وعلى مستوى الصحافة جاءت نتائج الصحافة في الترتيب الأول موضوع المشاركة السياسية بنسبة(13,2%)، تبعتها الغد بنسبة (11,3%) والسبيل بنسبة (7,7%)، وجاءت الديمقراطية والتعددية في الترتيب الثاني بنسبة (10,3%) في صحيفة الرأي، يتبعها الغد (8,7%) والسبيل (7,4%). بينما احتلت الإصلاحات السياسية الترتيب الثالث بنسبة (6,1%) للرأي، تلتها السبيل بنسبة (7,7%)، ومن ثم الغد بنسبة (3,5%). وفي الترتيب الرابع حلت الوحدة الوطنية بنسبة (7,4%) في جريدة الرأي وتلتها الغد بنسبة (3,5%)، ثم السبيل بنسبة(0,6%). وفي الترتيب الخامس والأخير حازت التنمية السياسية على نسبة (5,5%) للرأي، تلتها الغد بنسبة (1,3%). وأشارت النتائج إلى أن موضوع المشاركة السياسية حصل على أعلى التكرارات بالنسبة للمجموع الكلي للسياقات السياسية بنسبة(32,3%)، تليه الديمقراطية والتعددية بنسبة (526,%)، وتليه الإصلاحات السياسية بنسبة (17,4%)، ثم الوحدة الوطنية بنسبة(11,6%)، وفي الترتيب النهائي حلت التنمية السياسية بنسبة (10,6%). ومن خلال قيمة مستوى الدلالة الأقل من (0.05) والدال إحصائيا نلاحظ وجود فروقات في السياقات السياسية بين الصحف عينة الدراسة لصالح جريدة الرأي.

الجدول(4−3)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للسياق الاقتصادي في الصحف عينة الدراسة

السياقات الاقتصادية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
توفير فرص العمل	ت	68	27	9	104	0.129	15.08
	%	18.3%	7.3%	2.4%	28.0%		
معالجة الفقر والبطالة	ت	59	36	8	103		
	%	15.9%	9.7%	2.2%	27.8%		
توفير بيئة استثمارية	ت	18	13	3	34		
	%	4.9%	3.5%	.8%	9.2%		
رفع مستوى المعيشة	ت	19	9	7	35		
	%	5.1%	2.4%	1.9%	9.4%		
المشاركة بمسيرة التنمية	ت	54	26	12	92		
	%	14.6%	7.0%	3.2%	24.8%		
أخرى	ت	0	3	0	3		
	%	0.0%	.8%	0.0%	.8%		
المجموع	ت	218	114	39	371		
	%	58.8%	30.7%	10.5%	100.0%		

- **السياق الاقتصادي:** جاءت النتائج متفاوتة في درجة معالجة الصحافة الأردنية لهذا الموضوع، وكان ترتيبها كالآتي: توفير فرص عمل بنسبة (28,0%)، يليها معالجة الفقر والبطالة بنسبة (27,8%)، ثم المشاركة بمسيرة التنمية بنسبة (24,8%)، ثم رفع مستوى المعيشة بنسبة (9,4%)، وبنسبة(9,2%) توفير بيئة استثمارية. وأكثر التكرارات كانت في صحيفة الرأي، وعلى مستوى عينة الصحافة الأردنية عينة الدراسة، احتل الترتيب الأول في المعالجة موضوع توفير فرص العمل بنسبة (18,3%) لصالح الرأي، تبعتها الغد بنسبة(7,3%) ثم السبيل بنسبة (2,4%). وفي الترتيب الثاني معالجة الفقر والبطالة كانت النسبة (15,9%) للرأي، تتبعها الغد بنسبة (9,7%) فالسبيل بنسبة(2,2%). وفي الرتيب الثالث حلت المشاركة بمسيرة التنمية بنسبة ((14,6% لصالح الرأي، ثم صحيفة الغد بنسبة(7,0%)، تليها السبيل بنسبة (3,2%). وفي الترتيب الرابع حاز رفع مستوى المعيشة بنسبة (5,1%) للرأي، تلتها الغد بنسبة(2,4%)، ثم السبيل بنسبة (1,9%). وفي الترتيب الخامس توفير بيئة استثمارية جاءت بنسبة (4,9%) للرأي، تليها الغد بنسبة (3,5%)، ثم السبيل بنسبة (0,8%). ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأكبر من (0.05) غير الدالة إحصائيا نلاحظ عدم وجود فروقات في السياقات الاقتصادية بين الصحف عينة الدراسة.

الجدول(4-4)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للسياق الاجتماعي في الصحف عينة الدراسة

السياقات الاجتماعية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
المسؤوليات والتحديات	ت	39	24	5	68	0.006*	33.738
	%	12.3%	7.6%	1.6%	21.5%		
تعزيز آليات التواصل	ت	30	15	4	49		
	%	9.5%	4.7%	1.3%	15.5%		
ظاهرة العنف	ت	20	27	11	58		
	%	6.3%	8.5%	3.5%	18.4%		
الوعي بأهمية التغيير	ت	1	2	4	7		
	%	.3%	.6%	1.3%	2.2%		
التعامل مع المجتمع ومشكلاته	ت	4	4	3	11		
	%	1.3%	1.3%	.9%	3.5%		
حقوق الانسان	ت	10	7	6	23		
	%	3.2%	2.2%	1.9%	7.3%		
الرعاية والوعي الصحي	ت	21	14	7	42		
	%	6.6%	4.4%	2.2%	13.3%		
مكافحة الفساد	ت	25	12	17	54		
	%	7.9%	3.8%	5.4%	17.1%		
أخرى	ت	3	1	0	4		
	%	.9%	.3%	0.0%	1.3%		
المجموع	ت	153	106	57	316		
	%	48.4%	33.5%	18.0%	100.0%		

- **السياق الاجتماعي:** جاءت النتائج في ترتيبها على المستوى الكلي لهذا السياق كما يلي: المسؤوليات والتحديات حصلت على نسبة (21,5%)، وحصلت ظاهرة العنف على نسبة (18,4%)، أما مكافحة الفساد فقد حصلت على بنسبة (17,1%)، وكانت نسبة تعزيز آليات التواصل بنسبة (15,5%)، والرعاية والوعي الصحي وصلت نسبتها إلى (13,3%)، وحقوق الانسان حازت على نسبة(7,3%)، التعامل مع المجتمع ومشكلاته جاء بنسبة(3,5%)، والوعي بأهمية

التغيير بنسبة(2,2%). وأكثر التكرارات كان في صحيفة الرأي؛ إذ احتلت موضوعات المسؤوليات والتحديات الترتيب الأول في المعالجة بنسبة (12,3%) فيها، تبعتها الغد بنسبة(7,6%) ثم السبيل بنسبة(1,6%)، بينما احتلت موضوعات تعزيز آليات التواصل الترتيب الثاني بنسبة(9.5%) لصالح الرأي، تبعتها الغد بنسبة(4.7%) فالسبيل بنسبة(1,3%). ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأقل من (0.05) والدال إحصائيا، نلاحظ وجود فروقات في السياقات الاجتماعية بين الصحف عينة الدراسة لصالح جريدة الرأي.

الجدول(4-5)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للسياقات الثقافية والتربوية في الصحف عينة الدراسة

السياقات الثقافية والتربوية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
الثقافة الوطنية	ت	7	11	2	20	0.256	17.012
	%	1.9%	3.0%	.5%	5.4%		
ثقافة الحوار الواعي	ت	30	23	13	66		
	%	8.1%	6.2%	3.5%	17.8%		
التعليم والتدريب	ت	72	41	18	131		
	%	19.5%	11.1%	4.9%	35.4%		
تغيير النظرة للعمل والوظيفة	ت	15	8	2	25		
	%	4.1%	2.2%	.5%	6.8%		
التعليم النوعي	ت	8	5	4	17		
	%	2.2%	1.4%	1.1%	4.6%		
بناء الخبرات والمهارات	ت	38	19	8	65		
	%	10.3%	5.1%	2.2%	17.6%		
بناء القادة	ت	19	10	5	34		
	%	5.1%	2.7%	1.4%	9.2%		
أخرى	ت	3	4	5	12		
	%	.8%	1.1%	1.4%	3.2%		
المجموع	ت	192	121	57	370		
	%	51.9%	32.7%	15.4%	100.0%		

- **السياقات الثقافية والتربوية:** جاءت النتائج في ترتيبها الكلي لهذا السياق كما يلي: التعليم والتدريب بنسبة (35,4%)، ثقافة الحوار الواعي بنسبة (17,8%)، بناء الخبرات والمهارات بنسبة (17,6%)، بناء القادة بنسبة (9,2%)، تغيير النظرة للعمل والوظيفة بنسبة (6,8%)، الثقافة الوطنية بنسبة (5,4%)، التعليم النوعي بنسبة (4,6%)، وأكثر التكرارات كان في صحيفة الرأي؛ إذ احتل الترتيب الأول في المعالجة الصحفية التعليم والتدريب بنسبة (19,5%) لصحيفة الرأي، تبعتها الغد بنسبة (11,1%)، ثم السبيل بنسبة (4,9%)، وجاءت في الترتيب الثاني ثقافة الحوار الواعي بنسبة (8,1%) للرأي، تتبعها الغد بنسبة(6,2%) فالسبيل بنسبة(3,5%). وفي الترتيب الثالث حصل بناء الخبرات والمهارات على نسبة (10,3%) للرأي، والغد بنسبة (5,1%)، ثم السبيل بنسبة (2,2%). وفي الترتيب الرابع بناء القادة بنسبة (5,1%) للرأي، والغد بنسبة (2,7%)، والسبيل بنسبة (1,4%). وفي الترتيب الخامس الثقافة الوطنية بنسبة (3,0%) للغد، والرأي بنسبة (1,9%)، والسبيل بنسبة(0,5%). وفي الترتيب السادس تغيير النظرة للعمل والوظيفة بنسبة (4,1%) للرأي، وللغد بنسبة(2,2%)، ثم السبيل بنسبة(0,5%). وفي الترتيب السابع التعليم النوعي بنسبة (2,2%) للرأي، وبنسبة (1,4%) للغد، وبنسبة (1,1%) للسبيل. ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأكبر من (0.05) وغير الدالة إحصائيا نلاحظ عدم وجود فروقات في السياقات الثقافية والتربوية بين الصحف.

الجدول(4-6)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للسياق التطوعي في الصحف عينة الدراسة

السياقات التطوعية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
دعم المؤسسات والهيئات الشبابية	ت	16	13	2	31	0.049*	15.551
	%	12.8%	10.4%	1.6%	24.8%		
ترسيخ ثقافة العمل التطوعي	ت	23	17	9	49		
	%	18.4%	13.6%	7.2%	39.2%		
المسؤولية الاجتماعية	ت	14	5	1	20		
	%	11.2%	4.0%	.8%	16.0%		
الرياضة والشباب	ت	10	11	4	22		
	%	8.0%	8.8%	3.2%	%52		
المجموع	ت	63	46	16	125		
	%	50.4%	36.8%	12.8%	100.0%		

- **السياق التطوعي:** جاءت النتائج في ترتيبها الكلي لهذا السياق كالآتي: ترسيخ ثقافة العمل التطوعي بنسبة(39,2%)، دعم المؤسسات والهيئات الشبابية بنسبة(24,8%)، الرياضة والشباب بنسبة(20%)، المسؤولية الاجتماعية بنسبة(16,0%)، وأكثر التكرارات كان في صحيفة الرأي؛ وجاءت النتائج على مستوى عينة الصحف ذاتها، بأن موضوع ترسيخ ثقافة العمل التطوعي جاءَت في الترتيب الأول بنسبة(18.4%) في صحيفة الرأي، وتلتها الغد بنسبة (13.6%) ثم السبيل بنسبة(7,2%)، بينما جاءت في الترتيب الثاني معالجة موضوع دعم المؤسسات والهيئات الشبابية بنسبة(12,8%) والغد بنسبة (10,4%) والسبيل بنسبة (1,6%)، وفي الترتيب الثالث الرياضة

والشباب بنسبة(8,8%) للغد، وبنسبة(8,0%) للرأي، وبنسبة (3,2%) للسبيل، وفي الترتيب الرابع المسؤولية الاجتماعية بنسبة(11,2%) للرأي، والغد بنسبة(4,0%)، والسبيل بنسبة(0,8%).

ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأقل من (0.05) والدال إحصائيا، نلاحظ وجود فروقات في السياقات التطوعية بين الصحف عينة الدراسة لصالح جريدة الرأي.

الجدول(4-7)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للسياق الديني في الصحف عينة الدراسة

السياقات الدينية		الصحيفة: الرأي	الغد	السبيل	Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
التعاليم الإسلامية السمحة	ت	10	6	12	28	0.555	6.828
	%	12.3%	7.4%	14.8%	34.6%		
الوعي الديني المعتدل	ت	9	3	4	16		
	%	11.1%	3.7%	4.9%	19.8%		
نبذ التطرف والإرهاب	ت	18	6	10	34		
	%	22.2%	7.4%	12.3%	42.0%		
أخرى	ت	2	0	1	3		
	%	2.5%	0.0%	1.2%	3.7%		
المجموع	ت	39	15	27	81		
	%	48.1%	18.5%	33.3%	100.0%		

- **السياق الديني:** جاءت النتائج في ترتيبها الكلي لهذا السياق كما يلي: نبذ التطرف والإرهاب بنسبة (42,0%)، التعاليم الإسلامية السمحة بنسبة (34,6%)، الوعي الديني المعتدل بنسبة (19,8%)، وأكثر التكرارات كان في صحيفة الرأي. وعلى مستوى الصحف اليومية عينة الدراسة ذاتها، احتل موضوع نبذ الإرهاب والتطرف الترتيب الأول بنسبة (22,2%) في الرأي، ثم السبيل بنسبة (12,3%) والغد بنسبة (7,4%). أما الموضوعات التي احتلت الترتيب الثاني في المعالجة فكانت التعاليم الإسلامية السمحة بنسبة (14,8%) للسبيل، تتبعها الرأي بنسبة 12,4% ثم الغد

بنسبتها (7,4%). وفي الترتيب الثالث الوعي الديني المعتدل بنسبة (11,1%) للرأي، وبنسبة (4,9%) للسبيل، وفي الغد بنسبة (3,7%).

ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأكبر من (0.05) غير الدالة إحصائيا نلاحظ عدم وجود فروقات في السياقات الدينية بين الصحف.

الجدول(4-8)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للسياق الاستراتيجي في الصحف عينة الدراسة

السياقات الاستراتيجية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
المشاركة في صنع القرار	ت	30	16	2	48	0.456	7.774
	%	26.8%	14.3%	1.8%	42.9%		
سياسات النهوض بالشباب	ت	24	9	7	40		
	%	21.4%	8.0%	6.3%	35.7%		
دور المؤسسة العسكرية في التدريب وخفض البطالة	ت	6	2	2	10		
	%	5.4%	1.8%	1.8%	8.9%		
الاستراتيجية الاعلامية	ت	6	4	1	11		
	%	5.4%	3.6%	.9%	9.8%		
أخرى	ت	2	0	1	3		
	%	1.8%	0.0%	.9%	2.7%		
المجموع	ت	68	31	13	112		
	%	60.7%	27.7%	11.6%	100.0%		

- **السياق الاستراتيجي:** أشارت النتائج في مجموعها الكلي في الصحف الأردنية اليومية إلى الآتي: المشاركة في صنع القرار حصلت على أعلى التكرارات بنسبة (42.9 %)، تلتها سياسات النهوض بالشباب بنسبة (35.7 %)، وجاءت الاستراتيجية الإعلامية بنسبة (9.8 %)، وأخيرًا دور المؤسسة العسكرية في التدريب وخفض البطالة بنسبة (8.9 %). أما النتائج على مستوى الصحف

الأردنية ذاتها، فقد تبين أن المشاركة في صنع القرار حصل على أعلى النتائج بنسبة (26.8 %) للرأي، تلتها الغد بنسبة (14.3%)، والسبيل بنسبة (1.8 %). تلتها سياسات النهوض بالشباب بنسبة (21.8 %) للرأي، وبنسبة (8.0 %) للغد، وفي السبيل بنسبة (6.3%). وفي الترتيب الثالث بنسبة (5.4 %) نفس النتيجة للاستراتيجية الإعلامية، ودور المؤسسة العسكرية في التدريب وخفض البطالة. ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأكبر من (0.05) وغير الدالة إحصائيا، نلاحظ عدم وجود فروقات في السياقات الاستراتيجية بين الصحف عينة الدراسة.

الجدول (4 -9)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للسياقات في المعالجة الصحفية الأردنية لمحور الشباب

		الصحيفة			
السياقات	النسب والتكرار	الرأي	الغد	السبيل	المجموع
السياقات السياسية	ت	134	97	79	310
	%	43.20%	31.30%	25.50%	100.00%
السياقات الاقتصادية	ت	218	114	39	371
	%	58.80%	30.70%	10.50%	100.00%
السياقات الاجتماعية	ت	153	106	57	316
	%	48.40%	33.50%	18.00%	100.00%
السياقات الثقافية والتربوية	ت	192	121	57	370
	%	51.90%	32.70%	15.40%	100.00%
السياقات التطوعية	ت	63	46	16	125
	%	50.40%	36.80%	12.80%	100.00%
السياقات الدينية	ت	39	15	27	81

	%	.1%84	18.5%	33.3%	100.00%
السياقات الاستراتيجية	ت	68	31	13	112
	%	60.70%	27.70%	11.60%	100.00%

بينت النتائج النهائية لمعالجة الصحافة الأردنية عينة الدراسة أن الموضوعات الأعلى تكرارًا في المعالجة كانت في الترتيب الأول السياق الاستراتيجي بنسبة (60.70%) في الرأي الأردنية، تليها الغد بنسبة (27.7%)، وتليها السبيل بنسبة (11.6%). أما في الترتيب الثاني فقد جاءَت السياق الاقتصادي بنسبة (58.8%) للرأي، تليها الغد بنسبة (30.7%)، وتليها السبيل بنسبة (10.5%). وجاءَت في الترتيب الثالث السياق الثقافي والتربوي بنسبة (51.9%) للرأي، وتليها الغد بنسبة (32.7%)، وتليها السبيل بنسبة (15.4 %)، أما في الترتيب الرابع جاءَت السياق التطوعي بنسبة (50.4%) للرأي، وتليها الغد بنسبة (36.8%)، وتلتها السبيل بنسبة (12.8%). وفي الترتيب الخامس جاءَت السياق الاجتماعي بنسبة (48.4%) للرأي، وتليها الغد بنسبة (33.5%)، وتليها السبيل بنسبة (18.0%). وفي الترتيب السادس جاءَت السياق الديني بنسبة (43.20%) للرأي، تليها الغد بنسبة (31.30%)، وتليها السبيل بنسبة (25.50%). وفي الترتيب السابع جاءت السياسي بنسبة (43.2%) للرأي، وتليها الغد بنسبة (31.3%) للغد، وتلتها السبيل بنسبة (25.5%).

ثالثًا–القيم التي أبرزتها الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب:

للإجابة عن سؤال الدراسة الثالث الذي ينص على" ما هي طبيعة القيم التي أبرزتها الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟"، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات القيم في كل

صحيفة من صحف عينة الدراسة، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق بينها، والجداول الآتية تبين ذلك:

الجدول(4-10)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للقيم الوسيلية في الصحف عينة الدراسة

القيم الوسيلية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
الطموح والانجاز	ت	47	23	7	77	0.526	26.01
	%	10.7%	5.2%	1.6%	17.5%		
التمكين والتحصين	ت	27	20	10	57		
	%	6.1%	4.5%	2.3%	13.0%		
المبادرة	ت	26	20	2	48		
	%	5.9%	4.5%	.5%	10.9%		
تحمل المسؤولية	ت	31	10	11	52		
	%	7.0%	2.3%	2.5%	11.8%		
الانتماء والولاء	ت	31	21	7	59		
	%	7.0%	4.8%	1.6%	13.4%		
الاعتدال	ت	3	3	1	7		
	%	.7%	.7%	.2%	1.6%		
المواطنة الصالحة	ت	9	8	3	20		
	%	2.0%	1.8%	.7%	4.5%		
التسامح	ت	10	6	3	19		
	%	2.3%	1.4%	.7%	4.3%		
العمل بروح الفريق	ت	8	3	0	11		
	%	1.8%	.7%	0.0%	2.5%		
صقل المهارات	ت	24	14	3	41		
	%	5.5%	3.2%	.7%	9.3%		
الإرادة والتصميم	ت	6	1	3	10		
	%	1.4%	.2%	.7%	2.3%		
الأمل والتفاؤل	ت	24	9	4	37		
	%	5.5%	2.0%	.9%	8.4%		
الإبداع والتميز	ت	55	23	10	88		
	%	12.5%	5.2%	2.3%	20.0%		

التحفيز	ت	9	2	2	13		
	%	2.0%	.5%	.5%	3.0%		
أخرى	ت	4	1	2	7		
	%	.9%	.2%	.5%	1.6%		
الكلي	ت	225	147	68	440		
	%	51.1%	33.4%	15.5%	100.0%		

– **القيم الوسيلية:** جاءت النتائج في ترتيبها الكلي للقيم الوسيلية كما يلي: الإبداع والتميز بنسبة (20,0%)، والطموح والإنجاز بنسبة (17,5%)، الانتماء والولاء بنسبة (13,4%)، والتمكين والتحصين بنسبة (13.0%)، وتحمل المسؤولية بنسبة (11,8%)، والمبادرة بنسبة (10,9%)، وصقل المهارات بنسبة (9,3%)، والأمل والتفاؤل بنسبة (8,4%) ، والمواطنة الصالحة بنسبة (4,5%)، والتسامح بنسبة (4,3%)، والتحفيز بنسبة (3,0%)، والعمل بروح الفريق بنسبة(2,5%)، والإرادة والتصميم بنسبة (2,3%)، والاعتدال بنسبة (1,6%)، وكان التكرار أكثر في صحيفة الرأي. وبينت نتائج التكرار في الصحافة اليومية عينة الدراسة ذاتها أن موضوع الإبداع والتميز جاءَ في الترتيب الأول بنسبة (12,5%) للرأي، ويليها الغد بنسبة (5,2%)، والسبيل بنسبة (2,3%)، وفي الترتيب الثاني جاء الطموح والإنجاز بنسبة (10,7%)، يليها الغد بنسبة (5,2%)، ومن ثم السبيل بنسبة(1,6%)، وفي الترتيب الثالث حصل موضوع الانتماء والولاء على نسبة (7,0%) للرأي، تليها الغد بنسبة(4,8%)، وبنسبة (1,6%) السبيل، وفي الترتيب الرابع التمكين والتحصين بنسبة (6,1%) للرأي، وبنسبة (4,5%) للغد، وفي السبيل بنسبة (2,3%)، وفي الترتيب الخامس تحمل المسؤولية بنسبة (7,0%) للرأي، تليها السبيل بنسبة (2,5%)، ثم الغد بنسبة (2,3%)، وفي الترتيب السادس المبادرة بنسبة(5,9%) للرأي، تليها الغد بنسبة(4,5%)، وبنسبة(0.5%) للسبيل، وفي الترتيب السابع صقل المهارات بنسبة (5,5%) للرأي، وبنسبة (3,2%) للغد، ثم السبيل بنسبة (0,7%). وفي الترتيب الثامن الأمل والتفاؤل بنسبة (5,5%) للرأي تليها الغد بنسبة (2,0%)، والسبيل بنسبة

(0,9%). وفي الترتيب التاسع المواطنة الصالحة بنسبة (2,0%) للرأي، تليها الغد بنسبة (1,8%)، وتليها السبيل بنسبة (0,7%). وفي الترتيب العاشر التسامح بنسبة (2,3%) للرأي، تليها الغد بنسبة (1,4%)، والسبيل بنسبة (0,7%). وفي الترتيب الحادي عشر التحفيز بنسبة (2,0%) للرأي، تليها كل من الغد والسبيل بنسبة (0,7%). وفي الترتيب الثاني عشر العمل بروح الفريق، والثالث عشر الإرادة والتصميم، والرابع عشر الاعتدال، حيث تراجعت النسب بشكل واضح في جميع الصحف، ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأكبر من (0.05) وغير الدالة إحصائيا، نلاحظ عدم وجود فروقات في القيم الوسيلية بين الصحف عينة الدراسة.

الجدول(4-11)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للقيم الغائية في الصحف عينة الدراسة

القيم الغائية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
العيش الكريم	ت	10	4	4	18	0.000*	17.99
	%	2.0%	.8%	.8%	3.6%		
السلام العالمي	ت	35	17	6	58		
	%	6.9%	3.4%	1.2%	11.5%		
العدالة، المساواة وتكافؤ الفرص	ت	48	27	25	100		
	%	9.5%	5.4%	5.0%	19.8%		
الأمن والاستقرار	ت	29	16	4	49		
	%	5.8%	3.2%	.8%	9.7%		
صون الحريات	ت	29	15	34	78		
	%	5.8%	3.0%	6.7%	15.5%		
احترام الذات والآخر	ت	12	9	6	27		
	%	2.4%	1.8%	1.2%	5.4%		
الحكمة	ت	2	0	4	6		
	%	.4%	0.0%	.8%	1.2%		
العمل الجاد	ت	24	15	1	40		
	%	4.8%	3.0%	.2%	7.9%		

التغيير والاصلاح	ت	71	37	17	125		
	%	14.1%	7.3%	3.4%	24.8%		
بناء مستقبل الوطن	ت	41	34	14	89		
	%	8.1%	6.7%	2.8%	17.7%		
التضحية في سبيل الوطن	ت	9	7	3	19		
	%	1.8%	1.4%	.6%	3.8%		
الهوية الوطنية	ت	5	6	3	14		
	%	1.0%	1.2%	.6%	2.8%		
النزاهة والشفافية	ت	41	21	5	67		
	%	8.1%	4.2%	1.0%	13.3%		
الاستقلالية	ت	3	2	0	5		
	%	.6%	.4%	0.0%	1.0%		
المسآلة والمحسوبية	ت	30	14	2	46		
	%	6.0%	2.8%	.4%	9.1%		
أخرى	ت	3	4	0	7		
	%	.6%	.8%	0.0%	1.4%		
الكلي	ت	240	162	102	504		
	%	47.6%	32.1%	20.2%	100.0%		

وقد جاءَت النتائج في ترتيبها الكلي للقيم الغائية على مستوى الصحف عينة الدراسة كما يلي: حصلت قيمة التغيير والإصلاح على أعلى نسبة وبلغت(24,8%)، والعدالة والمساواة وتكافؤ الفرص بنسبة(19,8%)، وبناء مستقبل الوطن بنسبة(17,7%)، وصون الحريات بنسبة(15,5%)، والنزاهة والشفافية بنسبة(13,3%)، والسلام العالمي بنسبة(11,5%)، والأمن والاستقرار بنسبة(9,7%)، والمسآلة والمحسوبية بنسبة(9,1%)، والعمل الجاد بنسبة(7,9%)، واحترام الذات والآخر بنسبة(5,4%)، والتضحية في سبيل الوطن بنسبة(3,8%)، والعيش الكريم بنسبة(3,6%)، والهوية الوطنية بنسبة(2,8%)، والحكمة بنسبة(1,2%)، والاستقلالية بنسبة(1,0%). وكان التكرار

الأكثر في جريدة الرأي. ومن خلال قيمة مستوى الدالة الأقل من (0.05). وبينت النتائج على مستوى الصحافة الأردنية عينة الدراسة ذاتها، أن قيمة التغير والاصلاح جاءَت في الترتيب الأول تكرارًا بنسبة(14,0%) للرأي، تليها الغد بنسبة (7,3 %)، وثم السبيل بنسبة(3,4 %). وفي الترتيب الثاني العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص بنسبة (9,5%) للرأي تليها الغد بنسبة (5,4%)، وبنسبة (5,0%) للسبيل. وفي الترتيب الثالث بناء مستقبل الوطن بنسبة (8,1%) للرأي، وللغد بنسبة (6,7%)، وبنسبة (2,8%) للسبيل. وفي الترتيب الرابع صون الحريات بنسبة (5,8%) للرأي، تليها السبيل بنسبة (6,7%)، والغد بنسبة (3,0%). وفي الترتيب الخامس النزاهة والشفافية بنسبة (8,1%) للرأي، تليها الغد بنسبة (4,2%)، والسبيل بنسبة (1,0%). وفي الترتيب السادس السلام العالمي بنسبة (6,9%) للرأي، تليها الغد بنسبة (3,4%)، وبنسبة (1,2%) للسبيل. وفي الترتيب السابع الأمن والاستقرار بنسبة (5,8%) للرأي، تليها الغد بنسبة (0,8%)، ثم السبيل بنسبة (0,8%). وفي الترتيب الثامن المسآلة والمحسوبية بنسبة (6,0%)، تليها الغد بنسبة (2,8%)، وبنسبة (0,4%)السبيل. وفي الترتيب التاسع العمل الجاد بنسبة (4,8%) للرأي، تليها الغد بنسبة (3,0%)، وبنسبة (0,2%) السبيل. وفي الترتيب العاشر احترام الذات والآخر بنسبة (2,4%) للرأي، تليها الغد بنسبة (1,8%)، ونسبة (1,2%) السبيل. أما فيما يتعلق بالقيم الأخرى كالتضحية في سبيل الوطن، والهوية الوطنية، والحكمة والاستقلالية فقد تدنت نسبة تكرارها في جميع الصحف عينة الدراسة. ومن خلال قيمة المستوى الدالة إحصائيًا نلاحظ وجود فروقات في القيم الغائية بين الصحف عينة الدراسة لصالح جريدة الرأي.

رابعًا-اشكال التغطية الصحفية:

للإجابة على سؤال الدراسة الرابع "ما أشكال التغطية الصحفية التي استخدمتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟"، فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لأشكال التغطية في كل صحيفة من صحف عينة الدراسة ومن ثم فقد فيما إذا كانت هناك فروق بينها، والجدول الآتي يبين ذلك:

الجدول(4-12)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لأشكال التغطية الصحفية المستخدمة في معالجة محور الشباب

شكل التغطية		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
الخبر الصحفي	ت	66	75	39	180	0.000*	42.205
	%	13.2%	15.0%	7.8%	36.1%		
العمود الصحفي	ت	25	6	4	35		
	%	5.0%	1.2%	.8%	7.0%		
التقرير الصحفي	ت	90	63	39	192		
	%	18.0%	12.6%	7.8%	38.5%		
التحقيق الصحفي	ت	13	8	2	23		
	%	2.6%	1.6%	.4%	4.6%		
المقال الافتتاحي	ت	8	1	0	9		
	%	1.6%	.2%	0.0%	1.8%		
المقال الصحفي	ت	13	10	9	32		
	%	2.6%	2.0%	1.8%	6.4%		
الحديث الصحفي	ت	3	2	6	11		
	%	.6%	.4%	1.2%	2.2%		

التحليل الصحفي	ت	11	1	3	15		
	%	2.2%	.2%	.6%	3.0%		
فنون أخرى	ت	2	0	0	2		
	%	.4%	0.0%	0.0%	.4%		
المجموع	ت	231	166	102	499		
	%	46.3%	33.3%	20.4%	100.0%		

يبين الجدول (4–11) توزيع أشكال التغطية الصحفية للمواضيع المتعلقة بالشباب تبعًا للصحيفة عينة الدراسة، حيث نلاحظ أن أكثر أشكال التغطية تكراراً على مستوى المجموع الكلي للأشكال الصحفية المستخدمة هو التقرير الصحفي وجاء بنسبة (38.5%)، ثم الخبر الصحفي بنسبة (36.1%)، ثم العمود الصحفي بنسبة (7%)، ثم المقال الصحفي بنسبة (6.4%)، ثم التحقيق الصحفي بنسبة (4.6%)، ثم التحليل الصحفي بنسبة (3.0%)، ثم الحديث الصحفي بنسبة (2.2%)، وأخيرًا المقال الافتتاحي بنسبة (1.8%). وعلى مستوى الصحف الأردنية عينة الدراسة ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بالتقرير إلى أنه قد حصل على الترتيب الأول في صحيفة الرأي بنسبة (18,0%)، تليها الغد بنسبة(12,6%)، وبنسبة (7,8%) لصحيفة السبيل وفي الترتيب الثاني الخبر بنسبة (15,0%) للغد، وبنسبة (13,2%) للرأي، وبنسبة (7,8%) لصحيفة السبيل. وفي الترتيب الثالث العمود الصحفي بنسبة (5,0%) للرأي، وبنسبة (1,2%) للغد، وبنسبة (0,8%)السبيل. وفي الترتيب الرابع المقال الصحفي بنسبة (2,6%) للرأي، تليها الغد بنسبة (2,0%)، ونسبة (1,8%) السبيل. وفي الترتيب الخامس التحقيق الصحفي بنسبة (2,6%) للرأي، تليها الغد بنسبة (1.6%)، والسبيل بنسبة (0,4%). وفي الترتيب السادس التحليل الصحفي بنسبة (2,2%) للرأي، تليها السبيل بنسبة (0,6%)، ثم الغد بنسبة (0,2%). وفي الترتيب السابع الحديث الصحفي جاء بنسب متدنية في جميع الصحف عينة الدراسة، الرأي بنسبة (0,6%)، تليها الغد

بنسبة (0,4%)، والسبيل بنسبة (1,2%). وكذلك المقال الافتتاحي الذي جاء بنسبة (1,6%) للراي، وتليها الغد بنسبة (0,2%)، وبنسبة (0,0%) للسبيل. ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05)، تبين وجود فروقات دالة إحصائيًا بين أشكال التغطية الصحفية الأكثر اهتمامًا بالموضوعات المتعلقة بالشباب، وكانت الأكثر طرحًا في جريدة الرأي.

خامسًا–مصدر المادة الصحفية: للإجابة عن سؤال الدراسة الخامس "ما هوية المصادر الصحفية الأكثر اهتمامًا في معالجة محور الشباب في الخطاب السياسي؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟" تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للمصدر الصحفي في كل صحيفة من صحف عينة الدراسة، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق بينها، والجدول الآتي يبين ذلك:

الجدول(4-13)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لمصدر المادة الصحفية التي تعتمد عليها صحف الدراسة في معالجة محور الشباب

المصدر الصحفي		الجريدة: الرأي	الغد	السبيل	Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
المحرر الصحفي	ت	6	2	1	9	0.000*	73.195
	%	1.2%	.4%	.2%	1.8%		
المندوب الصحفي	ت	33	29	22	84		
	%	6.5%	5.7%	4.3%	16.5%		
مراسل صحفي	ت	16	21	8	45		
	%	3.1%	4.1%	1.6%	8.9%		
كاتب صحفي	ت	36	15	15	66		
	%	7.1%	3.0%	3.0%	13.0%		
وكالة الأنباء الأردنية (بترا)	ت	41	37	20	98		
	%	8.1%	7.3%	3.9%	19.3%		
وكالات الأنباء العربية	ت	0	1	3	4		
	%	0.0%	.2%	.6%	.8%		
وكالات الأنباء العالمية	ت	0	3	0	3		
	%	0.0%	.6%	0.0%	.6%		
مراسل وكالة صحيفة أخرى	ت	1	0	0	1		
	%	.2%	0.0%	0.0%	.2%		
الصحيفة بدون مراسل	ت	39	33	21	93		
	%	7.7%	6.5%	4.1%	18.3%		
دون تحديد مصدر	ت	18	21	11	50		
	%	3.5%	4.1%	2.2%	9.8%		
مصادر أخرى	ت	7	3	0	10		
	%	1.4%	.6%	0.0%	2.0%		
الكلي	ت	239	167	102	508		
	%	47.0%	32.9%	20.1%	100.0%		

أشارت النتائج إلى أن أكثر المصادر الصحفية في الصحف عينة الدراسة اهتماما بإبراز الموضوعات المتعلقة بالشباب كانت وكالة الأنباء الأردنية "بترا" بنسبة (19.3%)، ثم تليها الصحيفة بدون مراسل بنسبة (18.3%)، يليها المندوب الصحفي بنسبة (5.16%)، والكاتب الصحفي بنسبة (13.0%)،ودون تحديد مصدر بنسبة (9.8%)، يليهما الشباب والمراسل الصحفي بنسبة (8.9%) النسبة نفسها لكل منهما، بينما تدنت نسبة المصادر الصحفية الأخرى بشكل واضح كالمحرر الصحفي الذي جاء بنسبة (1.8%)، ووكالات الأنباء العربية بنسبة(0.8%)، ووكالات الأنباء العالمية بنسبة (0.6%)، ومراسل صحيفة أخرى بنسبة (0,2%). وبينت النتائج على مستوى الصحف الأردنية اليومية عينة الدراسة ذاتها، فقد جاءت النتائج أعلى للشباب كمصدر بنسبة (8.3%) في صحيفة الرأي، تليها الغد بنسبة (0.4%)، والسبيل بنسبة (0.2%). وفي الترتيب الثاني وكالة الأنباء الأردنية "بترا" بنسبة (8.1%) للرأي، وفي الغد بنسبة (7.3%)، تليها السبيل بنسبة (3.9%). وفي الترتيب الثالث الصحيفة بدون مراسل بنسبة (7.7%) للرأي، والغد بنسبة (6.5%)، وبنسبة (4.1%) السبيل. وفي الترتيب الرابع كاتب صحفي بنسبة (7.1%) للرأي، ويليها بنسبة (3.0%) لكل من صحيفتي الغد والسبيل. وفي الترتيب الخامس المندوب الصحفي بنسبة (6.5%) للرأي، يليها الغد بنسبة (5.7%)، والسبيل بنسبة (4.3%). وفي الترتيب السادس دون تحديد مصدر بنسبة(4.1) صحيفة الغد، والرأي بنسبة (3.5%)، وبنسبة (2.2%) السبيل. بينما جاء المراسل الصحفي بالترتيب السابع بنسبة (4.1%) في صحيفة الغد، وفي الرأي بنسبة (3.1%)، وفي السبيل بنسبة (1.6%). بينما تدنت تكرارات المصادر الصحفية الأخرى، في الترتيب الثامن المحرر الصحفي بنسبة (1.2%) للرأي، والغد بنسبة (0.4%)، والسبيل بنسبة (0.2%). وفي الترتيب التاسع مراسل صحيفة أخرى بنسبة (0.2%) للرأي، ولم تسجل أي تكرارات

في صحيفتي الغد والسبيل. أما في الترتيب العاشر فوكالة الأنباء العربية بنسبة (0.2%) الغد، والسبيل بنسبة (0.6%)، ولم تسجل الرأي أي تكرارات. وفي الترتيب الحادي عشر وكالات الأنباء العالمية بنسبة (0.6%) في الغد، ولم تسجل أي تكرارات في صحيفتي الرأي والسبيل.

ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) تبين وجود فروقات دالة احصائيًا بين المصادر الصحفية الأكثر اهتمامًا بالموضوعات المتعلقة بالشباب لصالح صحيفة الرأي.

سادسًا _ الاستمالات الإقناعية:

للإجابة عن سؤال الدراسة السادس "ما نسبة الاستمالات العقلانية والعاطفية التي استخدمتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب؟" وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟ تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للاستمالات في كل صحيفة من صحف عينة الدراسة، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق بينها، والجدول الآتي يبين ذلك:

الجدول(4-14)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لفئة الاستمالات التي تناولتها الصحف الأردنية في معالجة محور الشباب

		الجريدة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
الاستمالات العقلانية	ت	53	52	34	139	0.07	5.312
	%	15.3%	15.0%	9.8%	40.1%		
الاستمالات العاطفية	ت	119	74	76	269		
	%	34.3%	21.3%	21.9%	77.5%		
المجموع	ت	149	101	97	347		
	%	42.9%	29.1%	28.0%	100.0%		

أشارت النتائج إلى أن أعلى نسبة تكرارات لمستوى المجموع الكلي للتحليل كانت للاستمالات العاطفية (77.5%)، وتليها نسبة الاستمالات العقلانية (40.1%). وبينت النتائج على مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها، فقد جاءت أعلى التكرارات العاطفية في صحيفة الرأي بنسبة (34.3%)، ثم تلتها صحيفة الغد بنسبة (21.3%)، وصحيفة السبيل بنسبة (21.9%)، أما الاستمالات العقلانية فقد جاءت بنسبة (15.3%) في الرأي، وفي الغد بنسبة (15.0%)، وفي السبيل بنسبة (9.8%). ومن الإجمالي كان تكرار الاستمالات العاطفية أكبر بنسبة (77.5%). ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي لا يقل عن (0.05) تبين عدم وجود فروقات دالة إحصائيا بين نوع الاستمالات وتكرارها في الصحف عينة الدراسة، وكانت ظاهريا الأكثر تكراراً في صحيفة الرأي.

سابعًا _ الأهداف التي تسعى الصحف إلى تحقيقها من خلال معالجة محور الشباب:

للإجابة عن السؤال السابع "ما هدف المضمون في الصحافة في معالجتها لمحور الشباب؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة ؟"، تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لهدف المضمون في كل صحيفة من صحف عينة الدراسة، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق بينها، والجدول الآتي يبين ذلك:

الجدول(4−15)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية التي تبين أهداف المضمون في الصحف عينة الدراسة

هدف المضمون		الصحيفة			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
الإعلام والأخبار	ت	41	53	19	113	0.02*	34.17
	%	8.3%	10.7%	3.8%	22.8%		
التوعية	ت	12	9	8	29		
	%	2.4%	1.8%	1.6%	5.8%		
التثقيف	ت	9	3	2	14		
	%	1.8%	.6%	.4%	2.8%		
التحفيز	ت	4	4	3	11		
	%	.8%	.8%	.6%	2.2%		
التأثير في الراي العام	ت	21	20	24	65		
	%	4.2%	4.0%	4.8%	13.1%		
إبداء الرأي	ت	65	30	15	110		
	%	13.1%	6.0%	3.0%	22.2%		
حل مشكلات	ت	5	1	3	9		
	%	1.0%	.2%	.6%	1.8%		
أكثر من هدف	ت	70	47	28	145		
	%	14.1%	9.5%	5.6%	29.2%		
المجموع	ت	227	167	102	496		
	%	45.8%	33.7%	20.6%	100.0%		

وتبين النتائج أن توزيع أهداف المضمون للمواضيع المتعلقة بالشباب تبعا للصحف عينة الدراسة، كانت على مستوى المجموع الكلي للتحليل كما يلي: أكثر من هدف بنسبة (29.2%)، الإعلام والأخبار بنسبة (22.8%)، إبداء الرأي بنسبة (22.2%)، التأثير في الرأي العام بنسبة (13.1%)، التوعية بنسبة (5.8%)، التثقيف بنسبة (2.8%)، التحفيز بنسبة (2.2%) حل المشكلات بنسبة (1.8%). أما نتائج التكرارات لهدف المضمون على مستوى الصحف ذاتها، فقد بينت النتائج أن "أكثر من هدف" قد حصلت على أعلى التكرارات بنسبة (14.1%) للرأي، وبنسبة (9.5%) للغد، وفي السبيل بنسبة (5.6%). وفي الترتيب الثاني بهدف إبداء الرأي بنسبة (13.1%) للراي، وتليها الغد بنسبة (6.0%)، والسبيل بنسبة (3.0%)، أما في الترتيب الثالث بهدف الإعلام والأخبار بنسبة (10.7%) للغد، تليها الرأي بنسبة (8.3%)، والسبيل بنسبة (3.8%). والترتيب الرابع بهدف التأثير في الرأي العام بنسبة (4.8%) للسبيل، وبنسبة (4.2%) للرأي، والغد بنسبة (4.0%). أما في الترتيب الخامس بهدف التوعية بنسبة (2.4%) للراي، والغد بنسبة (1.8%)، والسبيل بنسبة (1.6%). وفي الترتيب السادس بهدف التثقيف بنسبة (1.8%) للرأي، والغد بنسبة (0.6%)، والسبيل بنسبة (0.4%). وفي الترتيب السابع بهدف حل المشكلات بنسبة (1.0%) للرأي، وتليها السبيل بنسبة (0.6%)، والغد بنسبة (0.2%). وأخيرًا التحفيز بنسبة (0.8%) بالتكرارات نفسها لكلٍ من صحيفتي الراي والغد، والسبيل بنسبة 0.6%).

ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) تبين وجود فروقات دالة إحصائيًا بين أهداف المضمون المطروحة في الصحف عينة الدراسة، وكانت الأكثر طرحًا صحيفة الرأي.

ثامنًا– الشخصية الفاعلة في معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب :

للإجابة عن السؤال الثامن "ما الشخصية الفاعلة التي استخدمتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب؟"، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟ تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للشخصية الفاعلة في كل صحيفة من صحف عينة الدراسة، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق بينها، والجدول الآتي يبين ذلك:

الجدول(4–16)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية للشخصية الفاعلة في الصحف عينة الدراسة

الشخصية الفاعلة		الصحفية			Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	السبيل	الغد			
شخصيات رسمية	ت	80	70	28	178	0.001*	29.296
	%	16.2%	14.1%	5.7%	36.0%		
هيئات ومؤسسات محلية	ت	36	35	32	103		
	%	7.3%	7.1%	6.5%	20.8%		
هيئات وشخصيات دولية	ت	13	14	3	30		
	%	2.6%	2.8%	.6%	6.1%		
شخصية صحفية	ت	59	26	16	101		
	%	11.9%	5.3%	3.2%	20.4%		
شباب	ت	57	36	26	119		
	%	11.5%	7.3%	5.3%	24.0%		
شخصيات أخرى	ت	5	2	0	7		
	%	1.0%	.4%	0.0%	1.4%		
المجموع	ت	227	166	102	495		
	%	45.9%	33.5%	20.6%	100.0%		

بينت النتائج التحليلية لعينة الدراسة مستوى المجموع الكلي لتكرارات الشخصية الفاعلة للمواضيع المتعلقة بالشباب، وكانت كالآتي: الشخصيات الرسمية بنسبة (36%)، الشباب بنسبة

(24%)، هيئات ومؤسسات محلية بنسبة (20.8%)، شخصية صحفية بنسبة (20.4%)، هيئات وشخصيات دولية بنسبة (6.1%). وعلى مستوى الصحف ذاتها أشارت النتائج المتعلقة بالشخصية الفاعلة أن الشخصيات الرسمية حصلت على أعلى تكرارات بنسبة (16.2%) للرأي، والغد بنسبة (14.1%)، والسبيل بنسبة (5.7%). وفي الترتيب الثاني الشخصية الصحفية بنسبة (11.9%)، والغد بنسبة (5.3%)، والسبيل بنسبة (3.2%). وفي الترتيب الرابع الشباب بنسبة (11.5%) للرأي، والغد بنسبة (7.3%)، والسبيل بنسبة (5.3%). وفي الترتيب الخامس الهيئات والمؤسسات المحلية بنسبة (7.3%) للرأي، والغد بنسبة (7.1%)، والسبيل بنسبة (6.5%). ومن خلال قيمة مربع كاي مستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) تبين وجود فروقات دالة احصائيًا تبعًا طرح الشخصيات الفاعلة، وكانت الأكثر تكرارًا في صحيفة الرأي.

تاسعًا- المساحات والمواقع :

للإجابة عن السؤال التاسع: "ما المساحات والمواقع المخصصة في الصحافة لعرض ما يتعلق بمحور الشباب في الخطاب السياسي؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟". تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لفئة المساحات والمواقع التي استخدمتها كل صحيفة من صحف عينة الدراسة، لإبراز الموضوعات المتعلقة بالشباب، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق بينها باستخدام مربع كاي، والجدول الآتي يبين ذلك:

الجدول(4−17)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لفئة المساحات والمواقع التي استخدمتها االصحف في معالجة محور الشباب

الفئات الفرعية	لفئات الثانوية	رمز التكرار والنسبة	الصحيفة الرأي	الصحيفة الغد	الصحيفة السبيل	Total والنسبة	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
الموقع	الصفحة الأولى	ت	36	15	8	59	0.000*	
		%	7.2%	3.0%	1.6%	11.8%		32.74
	صفحة داخلية	ت	146	132	90	368		
		%	29.3%	26.5%	18.0%	73.7%		
	صفحة أخيرة	ت	10	4	4	18		
		%	2.0%	.8%	.8%	3.6%		
	ملاحق	ت	39	15	0	54		
		%	7.8%	3.0%	0.0%	10.8%		
	المجموع	ت	231	166	102	499		
		%	46.3%	33.3%	20.4%	100.0%		
المساحة	أقل من 50 سم	ت	65	52	27	144	0.003*	29.517
		%	13.2%	10.5%	5.5%	29.1%		
	عمود	ت	54	13	19	86		
		%	10.9%	2.6%	3.8%	17.4%		
	ربع صفحة	ت	42	51	33	126		
		%	8.5%	10.3%	6.7%	25.5%		
	نصف صفحة فأكثر	ت	42	28	14	84		
		%	8.5%	5.7%	2.8%	17.0%		
	صفحة	ت	20	16	8	44		
		%	4.0%	3.2%	1.6%	8.9%		
	صفحتان	ت	5	1	0	6		
		%	1.0%	.2%	0.0%	1.2%		
	ما تجاوز صفحتان	ت	3	0	1	4		
		%	.6%	0.0%	.2%	.8%		
	المجموع	ت	231	161	102	494		
		%	46.8%	32.6%	20.6%	100.0%		

تبين أن التوزيع بالنسبة لفئة الموقع والمساحة المخصصة لعرض المواضيع المتعلقة بالشباب تبعا للصحيفة كان كالآتي:

- **فئة الموقع:** أشارت النتائج إلى أن الصفحات الداخلية حصلت على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي لفئة الموقع بنسبة (73.7%)، تليها الصفحة الأولى بنسبة (11.8%)، وتليها الملاحق بنسبة (10.8%)، وتليها الصفحة الأخيرة بنسبة (3.6%). وعلى مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها، حصلت الصفحات الداخلية على نسبة (29.3%) في جريدة الرأي، وعلى نسبة (26.5%) في جريدة الغد، وعلى نسبة (18.0%) في جريدة السبيل. وتلتها في الترتيب الثاني الملاحق بنسبة (7.8%) للرأي، وبنسبة (3.0%) للغد، بينما لم تعط النتائج أي تكرار لصحيفة السبيل. وفي الترتيب الثالث جاءَت الصفحات الأولى بتكرار نسبته (7.2%) للرأي، وتليها الغد بنسبة (3.0%)، والسبيل بنسبة (1.6%). والترتيب الأخير للصفحة الأخيرة بنسبة (2.0%) لصحيفة الرأي، تليها الغد بنسبة (0.8%)، والسبيل بنسبة (0.8%). ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05)، تبين وجود فروقات دالة إحصائيًا بين الصفحات الأكثر اهتمامًا بالموضوعات المتعلقة بالشباب، وكانت الأكثر طرحًا في الصفحات الداخلية وفي جريدة الرأي.

- **فئة المساحة:** أشارت النتائج إلى أن المساحات التي تقل عن 50 سم، حصلت على أعلى التكرارات والنسب وبلغت(29.1%) على المستوى المجموع الكلي لفئة المساحة، وفي الترتيب الثاني مساحة ربع الصفحة بنسبة (25.5%)، وفي الترتيب الثالث العمود بنسبة (17.4%)، وفي الترتيب الرابع مساحة نصف صفحة فأكثر بنسبة (17.0%)، وفي الترتيب الخامس الصفحة بنسبة

(8.9%)، والترتيب السادس مساحة الصفحتين بنسبة (1.2%)، والترتيب السابع والأخير ما تجاوز الصفحتين بنسبة (0.8%). وعلى مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها، أشارت النتائج المتعلقة بفئة المساحة إلى أن الترتيب الأول للمساحة أقل من50 سم قد حصلت على نسبة (13.2%) للرأي، تليها الغد بنسبة (10.5%)، والسبيل بنسبة (5.5%). وفي الترتيب الثاني مساحة العمود بنسبة (10.9%) للرأي، تليها السبيل بنسبة (3.8%)، والغد بنسبة (2.6%). وجاءَ في الترتيب الثالث مساحة ربع الصفحة بنسبة (10.3%) للغد، وبنسبة (8.5%) للرأي، تليها السبيل بنسبة (6.7%). وفي الترتيب الرابع مساحة نصف صفحة فأكثر بنسبة (8.5%) للرأي، وبنسبة (5.7%) للغد، والسبيل بنسبة (2.8%). وفي الترتيب الخامس مساحة الصفحة بنسبة (4.0%) للرأي، وبنسبة (3.2%) للغد، والسبيل بنسبة (1.6%). يليها في الترتيب السادس مساحة الصفحتين بنسبة (1.0%) للرأي، والغد بنسبة (0.2%)، ولم يسجل أي تكرار لصحيفة السبيل. وجاءَ في الترتيب الأخير مساحة ما تجاوز صفحتين بنسبة (0.6%) للرأي، تليها السبيل بنسبة (0.2%)، بينما لم تسجل النتائج أي تكرارات لصحيفة الغد. ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) تبين وجود فروقات دالة إحصائيا بين المساحات المستخدمة لإبراز الموضوعات المتعلقة بالشباب، وكانت الأكثر في المساحة التي تقل عن 50سم في جريدة الرأي.

عاشرًا – العناصر التيبوغرافية :

للإجابة عن السؤال العاشر "ما العناصر التيبوغرافية (الألوان، والرسومات، والصور، والعناوين) التي استخدمتها الصحافة في إبرازها لمحور الشباب في الخطاب السياسي؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟". تم استخراج التكرارات

والنسب المئوية للعناصر التيبوغرافية في كل صحيفة من صحف عينة الدراسة، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بينها باستخدام مربع كاي(Chi-Square)، والجدول الآتي يبين ذلك:

الجدول(4−18)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لفئة الصور والرسوم التي استخدمتها الصحف في معالجة محور الشباب

الفئة الفرعية	الفئة الثانوية	رمز النسب والتكرار	الصحيفة			Total المجموع	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
			الرأي	الغد	السبيل			
الصور	إخبارية	ت	63	49	30	142	0.008*	7.26
		%	23.5%	18.3%	11.2%	53.0%		
	شخصية	ت	8	1	9	18		
		%	3.0%	.4%	3.4%	6.7%		
	موضوعية	ت	58	32	14	104		
		%	21.6%	11.9%	5.2%	38.8%		
	أخرى	ت	1	2	1	4		
		%	.4%	.7%	.4%	1.5%		
المجموع		ت	130	84	54	260		
		%	48.5%	31.3%	20.1%	100.0%		
الرسوم	رسوم تعبيرية	ت	2	2	2	6	0.107	7.619
		%	13.3%	13.3%	13.3%	40.0%		
	رسوم توضيحية	ت	0	3	0	3		
		%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%		
	رسوم شخصية	ت	0	2	4	6		
		%	0.0%	13.3%	26.7%	40.0%		
المجموع		ت	2	7	6	15		
		%	13.3%	46.7%	40.0%	100.0%		

يبين الجدول(4−15) التكرارات والنسب المئوية في صحف الدراسة الثلاث (الرأي، والغد، والسبيل) لتوزيع العناصر التيبوغرافية (الصور، والرسومات) التي استخدمتها الصحافة في إبرازها لمحور الشباب في الخطاب السياسي، حيث تبين الآتي: – **الصور:** بينت النتائج أن فئة الصور الإخبارية قد حصلت على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي للعناصر التيبوغرافية المتعلقة بالصور وبنسبة(53.0%)، تليها الصور الموضوعية بنسبة(38.8%)، تليها الصور الشخصية بنسبة(6.7%). وعلى مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها، أشارت النتائج إلى أن الصور الإخبارية كان تكرارها أعلى في جريدة الرأي بنسبة (23.5%)، ثم تلتها جريدة الغد بنسبة (18.3%)، وأخيرًا السبيل بنسبة (11.2%). وكان الترتيب بالنسبة للصور الموضوعية بنسبة (21.6%) في جريدة الرأي، وفي جريدة الغد بنسبة (11.9%)، وفي جريدة السبيل بنسبة (5.2%). أما تكرار فئة الصور الشخصية فكانت الأعلى في جريدة السبيل بنسبة (3.4%)، تليها الرأي بنسبة (3.0%)، وفي الغد بنسبة(0.4%).

ومن خلال قيمة مربع كاي (Chi-Square) ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) تبين وجود فروقات دالة إحصائيًا للتوزيع التيبوغرافي للصور بين الصحف عينة الدراسة (الرأي، والغد، والسبيل) حيث كان التكرار والنسبة الأعلى في صحيفة الرأي في الفئات الإخبارية والموضوعية.

– **الرسوم:** أشارت النتائج إلى أن فئة الرسوم التعبيرية والشخصية حصلت على أعلى التكرارات والنسب على مستوى المجموع الكلي لفئة الرسوم بنسبة (40.0%)، وتليهما فئة الرسوم التوضيحية بنسبة (20.0%). وعلى مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها، أشارت النتائج أن الرسوم التعبيرية كان تكرارها متساوٍ في جميع الصحف عينة الدراسة بنسبة (13.3%) لكل صحيفة، وأما بالنسبة

للرسوم التوضيحية فكان تكرارها في جريدة الغد بنسبة (20%)، بينما لم يكن لها أي تكرارات ونسب في صحيفتي الرأي والسبيل. وأما الرسوم الشخصية فقد كانت النسبة الأعلى (26.7%) في السبيل، وبنسبة (13.3%) في الغد، ولم تسجل النتائج أي تكرار في صحيفة الرأي.

ومن خلال قيمة مربع كاي(Chi-Square) ومستوى الدلالة الذي يزيد عن (0.05) تبين عدم وجود فروقات دالة إحصائيًا لتوزيع فئات الرسوم بين الصحف عينة الدراسة.

الجدول(4−19)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية لفئة الألوان والعناوين التي استخدمتها الصحف في معالجة محور الشباب

الفئة الفرعية	الفئة الثانوية	رمز التكرار والنسب	الصحيفة: الرأي	الغد	السبيل	المجموع Total	مستوى الدلالة P-Value	قيمة مربع كاي Ch2
الألوان	ألوان	ت	87	59	51	197	0.051	5.945
		%	17.5%	11.9%	10.3%	39.7%		
	بلا ألوان	ت	141	107	51	299		
		%	28.4%	21.6%	10.3%	60.3%		
المجموع الكلي		ت	228	166	102	496		
		%	46.0%	33.5%	20.6%	100.0%		
العنوان	صفحة أولى	ت	4	1	8	13	0.009*	27.189
		%	.8%	.2%	1.6%	2.6%		
	رئيس	ت	92	57	40	189		
		%	18.7%	11.6%	8.1%	38.4%		
	تمهيدي	ت	67	44	34	145		
		%	13.6%	8.9%	6.9%	29.5%		
	فرعي	ت	26	37	15	78		
		%	5.3%	7.5%	3.0%	15.9%		
	جانبي	ت	61	41	16	118		
		%	12.4%	8.3%	3.3%	24.0%		
	أخرى	ت	0	1	0	1		
		%	0.0%	.2%	0.0%	.2%		
المجموع الكلي		ت	227	163	102	492		
		%	46.1%	33.1%	20.7%	100.0%		

يبين الجدول(4−16) التكرارات والنسب المئوية في صحف الدراسة الثلاث (الرأي، والغد، والسبيل) لتوزيع العناصر التيبوغرافية (الألوان، والعناوين) التي استخدمتها الصحافة في إبرازها لمحور الشباب في الخطاب السياسي، حيث تبين الآتي:

− **الألوان:** أشارت النتائج إلى أن فئة الألوان حصلت على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي لهذه الفئة بنسبة(39.7%)، وتلتها فئة بلا لون بنسبة(60.3%). وعلى مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها، أشارت النتائج إلى أن نسبة اللون على صفحات الرأي كانت(17.5%)، وتلتها الغد بنسبة (11.9%)، والسبيل بنسبة(10.3%). ونسبة الصفحات بلا لون كانت (28.4%) للرأي، وفي الغد بنسبة(21.6%)، وفي السبيل بنسبة(10.3%).

ومن خلال قيمة مربع كاي(Chi-Square) ومستوى الدلالة الذي يزيد عن (0.05) تبين عدم وجود فروقات دالة إحصائيًا للألوان بين الصحف عينة الدراسة (الرأي، والغد، والسبيل).

− **العناوين:** أشارت النتائج إلى أن العنوان الرئيس حصل على أعلى التكرارات على مستوى المجموع الكلي للعناوين بنسبة (38.4%)، ويليه في الترتيب الثاني العنوان التمهيدي بنسبة (29.5%)، وفي الترتيب الثالث العنوان الجانبي بنسبة (24.0%)، وتلاه العنوان الفرعي بنسبة (15.9%)، وفي الترتيب الأخير عنوان الصفحة الأولى بنسبة (2.6%). أما النتائج على مستوى الصحف الأردنية اليومية ذاتها، فقد بينت أن العنوان الرئيس حصل على أعلى تكرارات بنسبة (18.7%) للرأي، تليها الغد بنسبة (11.6%)، وتليها السبيل بنسبة (8.1%)، أما في الترتيب الرابع فقد جاء العنوان الفرعي بنسبة (7.5%) للغد، وتليها الرأي بنسبة (3.0%)، وفي الترتيب الأخير جاء عنوان الصفحة الأولى بنسبة (1.6%) للسبيل، وتليها الراي بنسبة (0،8%)، والغد

بنسبة (0,2%). ومن خلال قيمة مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) تبين وجود فروقات دالة إحصائيا للتوزيع لطرح العنوان وموقعه بين الصحف عينة الدراسة (الرأي، والغد، والسبيل) حيث كان التكرار أكبر في صحيفة الرأي في العنوان الرئيس.

الحادي عشر-مدى التباين في اهتمام الصحافة بمعالجة محور الشباب في الخطاب السياسي في الفترة من(2005 – 2008) إلى (2009 – 2014).

وللإجابة عن سؤال الدراسة الحادي عشر "ما التباين في اهتمام المعالجة الصحفية لمحور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني بن الحسين من (2005-2008) إلى (2009-2014)؟ وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) تعزى إلى هوية الصحيفة؟" فقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية للعناصر الطبوغرافية في كل صحيفة من صحف عينة الدراسة، ومن ثم إيجاد فيما إذا كانت هناك فروق بينها، والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول(4–20)

التوزيعات التكرارية والنسب المئوية التي تبين مدى المعالجة الصحفية لمحور الشباب للفترتين من(2005–2008) إلى (2009–2014)

السنة		الجريدة			Total	مستوى الدلالة P–Value	قيمة مربع كاي Ch2
		الرأي	الغد	السبيل			
2005–2008	ت	163	76	45	284	0.000*	24
	%	32.o%	19.9%	8.8%	55.8%		
2009–2014	ت	77	91	57	214		
	%	15.1%	17.9%	11.2%	43.0%		
	ت	240	167	102	509		
	%	47.2%	32.8%	20.04%	100.0%		

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن اهتمام الصحف عينة الدراسة بالموضوعات المتعلقة بمحور الشباب كانت أكبر في الفترة الواقعة ما بين (2005–2008) وبنسبة بلغت (55.8%)، أما في الفترة الواقعة ما بين (2009–2014)، فقد بلغت نسبة الاهتمام (43.0%)، أما على مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها، ففي الفترة من (2005–2018) حصلت صحيفة الرأي على النسبة الأعلى من الاهتمام حيث بلغت (32.0%)، تليها الغد بنسبة (19.9%)، وتليها السبيل بنسبة (8.8%). وفي الفترة الواقعة ما بين (2009–2014) حصلت الغد على أعلى نسبة (17.9%)، تليها الرأي بنسبة (15.1%)، ومن ثم جاءت السبيل بنسبة (11.2%).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

المبحث الأول: مناقشة النتائج:

وضحت الدراسة في الفصل السابق نتائج تحليل المضمون بشكله الكمي ونسبها المئوية، وفق فئات التحليل التي حددتها استمارة التحليل الكمي والكيفي، وفي هذا الفصل سيتم تناول الأتي:

أولاً: مناقشة تساؤلات الدراسة:

السؤال الأول: مدى اهتمام الصحافة الأردنية بمعالجة محور الشباب، وهل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05)، تعزى إلى هوية الصحيفة:

بينت الدراسة من خلال مربع كاي ومستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) وجود فروقات دالة إحصائياً بأن الصحيفة الأكثر اهتماماً بمعالجة الموضوعات والقضايا المتعلقة بالشباب كانت صحيفة الرأي بنسبة (47.2%) وقد وضعت في سلم أولوياتها معالجة محور الشباب الذي تناوله الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين خلال الفترة من (2005 – 2014)، بينما انخفضت النسبة في صحيفة الغد المستقلة التي تعد من الصحف التي حملت عنوان "صحيفة الشباب الأولى"، وتبين كذلك أنها ضعيفة في صحيفة السبيل الإسلامية.

وهذه النتيجة تبين أن صحيفة الرأي الأردنية وضعت على رأس أولوياتها معالجة القضايا التي طرحها الخطاب حول الشباب، وحافظت بذلك على وظيفتها في وضع الرأي العام الأردني إزاء كل ما يدور من سياسات تجاه الشباب، وما طرحته الهيئات المختلفة من نشاطاتٍ حولها، بينما

انخفضت سياسات المعالجة لهذا المحور في صحيفة الغد المستقلة والمملوكة للقطاع الخاص، وترى الدراسة أن سبب ذلك ربما يعود إلى حداثة صدورها أو عدم ارتباط واضعي استراتيجيتها الإعلامية بأصحاب القرار من شخصيات ومؤسسات وطنية، بينما لم تبرز صحيفة السبيل كأولويات اهتمامًا مباشرًا بمعالجة هذا المحور، وترى الدراسة أن ذلك يعني عدم ارتباط فلسفتها كعمل صحفي، بتوجهات الدولة والفلسفة الوطنية لخطابها السياسي.

السؤال الثاني: السياقات الفكرية وموضوعاتها التي أبرزتها الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب:

أ- بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بموضوعات **السياق السياسي** التي تمت معالجتها من خلال الصحافة الأردنية عينة مجتمع الدراسة، أن الموضوع الأكثر اهتماماً بالمعالجة على مستوى الصحف عينة الدراسة ذاتها كان موضوع المشاركة السياسية وبنسبة (13.2%) لصالح صحيفة الرأي، ومعالجتها لهذا الموضوع وبنسبة عالية هو مؤشر إلى تبنيها دوراً هاماً في التوعية والتوجيه حول أهمية تفعيل الشباب ومشاركتهم من خلال الوسائل السياسية وقنواتها المتاحة في الدولة، على اعتبار أن هذه المشاركة من أهم سمات الحياة الديمقراطية التي تجسد مبدأ سيادة الشعب وحقه في انتخاب من يمثله، وايضًا تتجلى مشاركة الشباب السياسية من خلال الانخراط في النشاطات والاعمال التطوعية التي تصب في رحم السياسة العامة للدولة، وكما تُعد المشاركة المعيار التي تنهض عليه الديمقراطية والتعددية التي جاءَت في الترتيب الثاني من حيث اهتمام الصحيفة نفسها، بينما كانت نسبة المعالجة متوسطة في صحيفة الغد، وانخفضت في صحيفة السبيل الإسلامية لكافة موضوعات السياق السياسي، كالمشاركة السياسية والديمقراطية والتعددية،

والاصلاحات السياسية، والوحدة الوطنية، والتنمية السياسية، وقد أبرزت النتائج توازن المعالجة الصحفية لهذه الموضوعات من خلال صحيفة الرأي. ومن خلال قيمة مستوى الدلالة التي بلغت (0.006) الأقل من (0.05) والدالة إحصائياً على وجود فروقات في السياقات السياسية بين الصحف عينة الدراسة لصالح صحيفة الرأي.

وعلى الرغم من تركيز الخطاب السياسي على أولويات الاهتمام بموضوع التنمية السياسية، وتشكيل وزارة التنمية السياسية والشؤون البرلمانية عام(2003)، تكون مهمتها تنمية الوعي والإدراك السياسي لدى أفراد المجتمع وبعملية مستمرة، وإعطائهم فرصة المشاركة في صنع القرار عبر القنوات السياسية المتعددة، حتى يشعر الشباب أنهم موجودون وقادرون على الإسهام بشيء في رسم سياسة الدولة، إلا أن هذا الموضوع جاء في ترتيب ضعيف من حيث المعالجة الصحفية، وترى الدراسة أن ذلك يعود أيضًا إلى عدم ممارسة المؤسسات الرسمية والمعنية بقطاع الشباب، لأدوارها وواجباتها بإعداد برامج دورية في هذا المجال اتجاه الشباب.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الطوخي (1994) من أن الصحافة تساهم بدور كبير في تزويد الشباب بمعرفة حول القضايا والموضوعات السياسية، إلا أن دراسته لم تسجل نسبة عالية حول معالجة الصحافة المصرية للقضايا السياسية؛ إذ بينت النتائج أن الاهتمام في المعالجة انحصر حول القضايا العربية والدولية، وكذلك الأمر بالنسبة لدراسة عزام (2004) التي بينت نتائجها أن أولويات معالجة القضايا السياسية من خلال الصحافة المصرية كانت تدور حول القضية الفلسطينية، كقضايا قومية عربية بعيدًا عن القضايا الوطنية المحلية.

ب- بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق **بالسياق الاقتصادي** من خلال مستوى الدلالة الأكبر من (0.05) وهو (0.129) غير الدالة إحصائياً وقيمة مربع كاي Chi^2، عدم وجود فروقات بين الصحف عينة الدراسة في معالجة موضوعات السياق الاقتصادي، فجاءت النسبة الأعلى في المعالجة لموضوع توفير فرص عمل، ويليها معالجة الفقر والبطالة، وجميعها لصالح صحيفة الرأي، وبفروقات أقل في صحيفتي الغد والسبيل.

وترى الدراسة أن المعالجة الصحفية تناولت أهم القضايا التي تواجه الشباب، وهما موضوعي (توفير فرص العمل، والحد من ظاهرتي الفقر والبطالة) اللذان يمثلان جوهر المشكلات التي تعترض فئة الشباب الأردني، ويقفان حجر عثرة أمام بناء مستقبلهم ويحولان دون تحقيق الاستقرار الاجتماعي والنفسي لهم، وترى الدراسة أن ارتفاع نسبة البطالة في الأردن خلال السنوات الأخيرة تعود لعدة أسباب منها إحلال العمالة المهاجرة التي تسببت بها الأوضاع الإقليمية للدول العربية المجاورة، والتي تسببت أيضًا في الهجرة العكسية للعمالة الأردنية والعودة إلى الأردن، بالإضافة إلى عدم توافق مخرجات التعليم مع احتياجات سوق العمل، وهذا يتطلب التوسع في ايجاد مشاريع وطنية إنمائية، وقد انفردت هذه الدراسة بالحصول على هذه النتيجة كمستوى أعلى على جميع القضايا الاقتصادية، إذ تبين لنا من خلال دراسة العزعزي (2008) أن البطالة احتلت الترتيب الثاني، وفي نتائج دراسة عزام احتلت الترتيب الثالث من اهتمام المعالجة الصحفية المصرية.

جـ- بينت نتائج الدراسة فيما يتعلق بمعالجة موضوعات **السياق الاجتماعي**، ومن خلال قيمة مستوى الدلالة الأقل من (0.05)، وهي (0.006)، وقيمة مربع كاي Chi^2، وهي (33.738)، وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين موضوعات السياق الاجتماعي في

الصحف عينة الدراسة لصالح صحيفة الرأي، إذ حازت معالجة موضوع المسؤوليات والتحديات التي تواجه الشباب على النسبة الأعلى على مستوى اهتمام الصحف عينة الدراسة بنسبة (21.5%)، وأعلى نسبة على مستوى الصحف بلغت (12.3%) لصالح صحيفة الرأي، وهذا يدل على أن الصحيفة ركزت في أولويات أجندتها الصحفية على معالجة موضوع التحديات والمسؤوليات التي تواجه فئة الشباب، ودورهم في مواجهة التحديات الراهنة والمسؤوليات المستقبلية التي تعتبر أحدى أهم ركائز المسيرة الإصلاحية، إلى جانب أن هذا الموضوع أيضاً استحوذ على اهتمام الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني؛ الذي أشار في أكثر من خطاب إلى أن حاضر الوطن ومستقبله مرهون بجيل الشباب الواعي المؤهل للمشاركة في تحمل المسؤولية ومواجهة التحديات من أجل استمرار مسيرة البناء بينما انخفض مستوى معالجة هذه الموضوعات في صحيفة الغد التي اهتمت كأولويات بمعالجة ظاهر العنف كأولوية بنسبة (8.5%) كظاهرة سلوكية، بينما ضعف مستوى المعالجة في صحيفة السبيل، وأعلى نسبة معالجة فيها كانت (5.4%) لموضوع مكافحة الفساد. وترى الدراسة أن هاتين الصحيفتين قد عالجتا ولو بنسب منخفضة موضوعات أثارت اهتمام الناس والرأي العام في السنوات الأخيرة، فكانت أجندتها تشكل انعكاساً لأجندة الجمهور والخطاب السياسي في آنٍ واحد.

وقد انفردت هذه الدراسة بالوصول إلى هذه النتيجة فيما يتعلق بمعالجة القضايا والموضوعات الاجتماعية االتي لم تتطرق إليها أي من الدراسات السابقة، وترى أنه لا بد من التركيز على معالجة الموضوعات الاجتماعية الأخرى، كضرورة تعزيز آليات تواصل الشباب مع العالم المحيط بهم من قيادات ومواقع صنع القرار في الدولة، إلى جانب العمل على إيجاد آليات للحد من ظاهرة العنف بين الشباب، والوعي بأهمية التغيير والتعامل مع المجتمع

ومشكلاته، ومكافحة الفساد، إذ إن هذه القضايا بمجملها تشكل مسؤوليات وتحديات أمام جيل الشباب، وتقع على عاتق الصحافة مسؤولية التوعية والتوجيه بشأنها، كون هذه الفئة هي الأكثر تأثرًا بتداعياتها.

هذا وقد بينت نتائج دراسة العزعزي (2008) أن التحديات السياسية والاجتماعية والاقتصادية هي في مقدمة القضايا التي تواجه الشباب من وجهة نظر الشباب (عينة الدراسة)، كما احتل موضوع مكافحة الفساد المرتبة الثالثة من حيث الاهتمام والمعالجة الصحفية اليمنية، وأنه يمثل نسق الطموحات لدى الشباب في الدراسة اليمنية.

د- أما موضوعات السياق الثقافي والتربوي من خلال قيمة مستوى الدلالة الأكبر من (0.05) وهي (0.256) وقيمة مربع كاي (17.012) غير دالة إحصائيًا، فقد بينت عدم وجود فروقات في معالجة السياقات الثقافية والتربوية بين الصحف عينة الدراسة، ومع هذا فإن الاهتمام الأكبر بالمعالجة كان لصالح صحيفة الرأي في موضوع التعليم والتدريب وبنسبة (19.5%)، وهذا مؤشر إلى أن هذه القضية احتلت أولوية في أجندة الصحافة الرسمية، وتوجيه الرأي العام إلى ضرورة التركيز على موضوع التعليم والتدريب بما يحقق تلبية احتياجات الشباب وأوجه التنمية المستدامه في ضوء ما تناوله الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني خلال الحدود الزمنية لعينة الدراسة، بينما انخفضت نسبة المعالجة إلى (11.1%) في صحيفة الغد، وضعفت النسبة في صحيفة السبيل إلى(4.9%)، وعلى مستوى الصحافة الأردنية عينة الدراسة فقد شكل هذا الموضوع أعلى نسبة معالجة حيث بلغت (35.4%).

وترى الدراسة أن هذه القضية من القضايا الأساسية التي تهتم بها كافة المجتمعات، كون استثمار طاقات الشباب لا تتم إلا من خلال التركيز على معالجة موضوعات التدريب

والتعليم من أجل بناء مستقبلهم وانفتاحهم على العالم من حولهم، بينما احتلت معالجة ثقافة الحوار الواعي لفئة الشباب نسباً متقاربة في صحيفتي الرأي والغد، ويشكل هذا المحور أهمية تربوية واجتماعية ونفسية للشباب إذا تم استخدامه بطريقة سليمة وموضوعية خالية من العبث، ومؤداه يقود إلى تفاعل واسع بين الشباب والعالم من حولهم، ولا شك أن الاهتمام بعمليتي التعليم والتدريب، يلعب دوراً مهماً من أجل الوصول بالشباب إلى مرحلة الوعي في الحوار مع الآخرين. بينما انخفضت نسبة معالجة هذا الموضوع في صحيفة السبيل.

وترى الدراسة من خلال النتائج التي توصلت إليها وجود ضعفاً في معالجة الصحافة الأردنية سواء الرسمية أو الخاصة، أو الحزبية، لموضوعات تغيير النظرة للعمل والوظيفة، وهذا يتطلب بذل جهود رسمية وإعلامية لمعالجتها في ظل ارتفاع نسبة البطالة ومعدلات الفقر بين فئة الشباب، وتراجع فرص العمل في الدولة، وكما أننا بحاجة إلى التركيز على معالجة موضوع الثقافة الوطنية؛ التي تمثل أهمية كبيرة لا تنفصل عن الأهمية التربوية الثقافية والسياسية والاجتماعية للشباب، فلا بد أن يكون تمكين الشباب مبنيًا على فلسفة الوطن وثقافته وما يزخر به من تجارب سياسية وثقافية واجتماعية، للانطلاق بهم نحو مواضيع المشاركة، والتحديث والاصلاح والتغيير في السياق التربوي.

ولقد اتفقت هذه الدراسة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة أحمد (2010)، إذ احتلت قضية التعليم الأولوية في أجندة الصحافة السودانية بنسبة (54,2 %) من بين القضايا التي تهم الشباب.

هـ-السياق التطوعي:

من خلال قيمة مستوى الدلالة الأقل من (0.05) وهي (0.049)، وقيمة مربع كاي، والدالة احصائيًا، تبين وجود فروقات في السياق التطوعي بين الصحف عينة الدراسة لصالح صحيفة الرأي بنسبة (50.4%)، وهي النسبة الاجمالية لمعالجة موضوعات السياق التطوعي؛ إذ احتل الترتيب الأول موضوع ترسيخ ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب، وفي الترتيب الثاني جاء دعم المؤسسات والهيئات الشبابية، وتلتها في نسبة المعالجة صحيفة الغد، وتراجعت المعالجة بشكل كبير في صحيفة السبيل الإسلامية، وهذا مؤشر إلى أن هذه الموضوعات كانت من أولويات الأجندة الصحفية الأردنية في معالجتها لمحور الشباب، وبنسب متفاوتة حسب سلم الأولويات في كل صحيفة. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن ترسيخ ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب من القضايا المهمة التي تمكنهم من تحمل مسؤولياتهم مستقبلًا، والتعرف على القضايا والمشكلات التي تواجه الوطن؛ إذ يجسد هذا الموضوع روح الإنتماء لدى الشباب من خلال التفاعل مع الافراد والجماعات المختلفة.

وترى الدراسة أن اهتمام المعالجة الإعلامية بهذا الموضوع يجب أن تبرز بشكل مباشر ومستمر، وأن لا يقتصر ارتباط معالجته في المناسبات والمؤتمرات، وإنما بإيجاد برامج وصفحات إعلامية تتناوله بشمولية، كونه عملاً غير ربحي، ويُقدم بدون أجر، والهدف منه المساعدة في تنمية مستوى معيشة الآخرين في أيام الشدة وعند وقوع الكوارث الطبيعية والاجتماعية دون أن تُطلب هذه المساعدة من الآخرين، وإنما لا بد أن يمارس هذا العمل كرد فعل طبيعي وإنساني، ونلاحظ في الوقت الحالي اتساع مظلة العمل التطوعي في الأردن سواء المحلي أو حتى على المستوى الدولي، لتشمل حملات تطوعية طبية، واجتماعية، وعسكرية،

كان الهدف منها توفير الحياة الكريمة والآمنة للآخرين على المستويين المحلي والدولي، هذا وقد انفردت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بتناول المعالجة الصحفية لموضوع العمل التطوعي المرتبط بمحور الشباب.

و–السياق الديني:

تبين من خلال مستوى الدلالة الأكبر من (0.05) وهو (0.555) وقيمة مربع كاي (6.828)، عدم وجود فروقات في موضوعات السياق الديني بين الصحف.

وقد تصدر موضوع نبذ التطرف والإرهاب اهتمام الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب، واعتبرته من أولوياتها في ضوء ما نشهده من مواقف وأحداث متطرفة تهدد أمن المجتمعات وأمانها، ليس على المستوى المحلي فحسب وإنما على المستوى العالمي أيضًا، إذ لا مجال للحد من هذه الظاهرة ومحاربتها إلا من خلال أفراد المجتمع أنفسهم، وتحديدًا من خلال توعية فئة الشباب التي تشكل نسبة مؤثرة في المجتمع الأردني.

وترى الدراسة أن وظيفة الصحافة مهمة لممارسة دورها في التوعية والتثقيف وتزويد هذه الفئة بأنماط من الثقافة والوعي الديني المعتدل للتعامل مع هذه الظاهرة، بينما جاءَ في الترتيب الثاني معالجة موضوع التعاليم الإسلامية السمحة، التي تناولت في موضوعاتها كيفية العناية والاهتمام بالشباب وأخلاقهم أمام الموجة العاتية من الهجمات التي تحاول المس بصورة الإسلام والمسلمين، وأن هذا التطرف هو غريب عن الإسلام الذي يقوم بمفاهيمه على الاعتدال والتسامح.

وبينت النتائج أيضاً أن صحيفة السبيل قد احتلت المرتبة الثانية بعد الرأي في الاهتمام بمعالجة السياق الديني لمحور الشباب، بنسبة مقبولة بلغت (33.5%).

وقد انفردت هذه الدراسة بالتوصل إلى نتائج تبين مدى معالجة الصحافة الأردنية لموضوعات السياق الديني الذي ارتبط بمحور الشباب في ضوء اهتمام الخطاب السياسي الذي حرص من خلال مضامين رسالة عمان التي أطلقها الملك عبدالله الثاني ابن الحسين في رمضان عام 1425هـ/2004 من التركيز وبشكل واضح على سماحة الإسلام ووسطيته وانفتاحه على العالم، وقيم الخير ومبادئ الحق والعدالة التي ركزت عليها رسالة الإسلام العظيمة.

د-السياق الاستراتيجي

من خلال قيمة مستوى الدلالة الأكبر (0.05) وهو (0.456) وقيمة مربع كاي (7.774) الدال إحصائياً، تبين عدم وجود فروقات في السياقات الاستراتيجية بين الصحف عينة الدراسة؛ إذ ركزت الصحافة في معالجتها للسياق الاستراتيجي على موضوع المشاركة في صنع القرار، وكانت النسبة الأكبر في المعالجة للرأي ومن ثم الغد، فالسبيل، وهذا يعني أن صحيفتي الرأي والغد ركزتا على معالجة السياق الاستراتيجي في وضع وأولوياتها نحو القضايا المتعلقة بضرورة تهيئة الشباب وتمكينهم من المشاركة في صنع القرار بالتخطيط وتنظيم الجهود في كافة المجالات جنبًا إلى جنب مع أصحاب القرار من خلال تبادل الآراء والاستفادة من الخبرات وفق أسس موضوعية تؤدي إلى تحقيق احتياجات الشباب وتطلعاتهم، مما يؤدي إلى النهوض بالعمل الشبابي؛ وقد جاءَت معالجة هذا الموضوع في الترتيب الثاني، وفق أولويات أجندة الصحف الأردنية عينة الدراسة، والأول من حيث المعالجة والاهتمام لصالح صحيفة الرأي، التي تؤكد أن لديها أجندة وأولويات للتركيز على هذا السياق في ضوء الطرح السياسي لجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين.

وفي نهاية تفسير نتائج السؤال الثاني من هذه الدراسة، تبين من خلال الجدول رقم (4-9) أن معالجة السياق الاقتصادي جاءَت في الترتيب الأول، وبنسبة أعلى من خلال صحيفة الرأي،

تليها صحيفة الغد بنسبة (30.7%)، وصحيفة السبيل بنسبة ضعيفة بلغت (10.50%)، وهذا يشير إلى أن الأجندة الصحفية ركزت في أولوياتها على معالجة موضوعات السياق الاقتصادي المرتبطة بمحور الشباب بنسبة (58.1%) لصالح الرأي، وفي الترتيب الثاني السياقات الثقافية والتربوية بنسبة (51.90) لصالح الرأي، تلتها الغد بنسبة (32.70%)، وهذه من المشكلات الأساسية التي تواجه الشباب حيث لا يوجد أي توافق بين مخرجات التعليم والفرص المتوافرة في سوق العمل، بينما كانت صحيفة السبيل ضعيفة في معالجة هذين الموضوعين، ونوعاً ما اتجه تركيزها بنسبة بسيطة جداً نحو معالجة السياقات السياسية والدينية، بينما احتل الترتيب الثالث في المعالجة السياق التطوعي، ويليه السياقات الدينية والسياسية. وهذا يعني ان أولويات المعالجة الصحفية لمحور الشباب ركزت على موضوعات اقتصادية التي من شانها إحداث النهوض التنموي من أجل رفع مستوى المعيشة، والعمل على الحد من البطالة، ومكافحة الفقر؛ إذ تشكل هذه الفئة نسبة عالية من مجموع السكان في الأردن كما اشرنا في الفصول السابقة.

وهذه النتائج تبين أن الصحافة الرسمية ممثلة بالرأي، وصحيفة الغد الخاصة، لديهما أولويات في الأجندة الصحفية تتوافق وأجندة الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين في تناول الموضوعات المرتبطة بمحور الشباب، بينما تبين أن صحيفة السبيل لديها ايديولوجية فكرية خاصة بها، ولديها أجندة واهتمامات خاصة بمعالجة الشأن العربي والإسلامي والدولي، أكثر من اهتمامها بمعالجة قضايا الشأن المحلي الوطني.

وتتفق هذه الدراسة في هذا الطرح مع ما توصلت إليه نتائج دراسة (Gillberg, 1980) في أن القضايا التي تلقى أولوية وتأكيدًا من وسائل الإعلام هي التي يتم انعكاسها كأولويات مطروحة في الخطاب السياسي.

وترى الدراسة أن هذا الأمر يتوافق مع ما ذهبت اليه نظرية الاعتماد المتبادل، من أن هناك اعتمادًا متبادلًا بين الاعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي تعيش فيه، وأن وسائل الإعلام والمنظمات الأخرى لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها على بعض.

السؤال الثالث: ما القيم التي أبرزتها الصحافة الأردنية في معالجتها لمحور الشباب:

أ- تبين من خلال قيمة مستوى الدلالة الأكبر من (0.05) وهو (0.526) وقيمة مربع كاي (26.01) وغير الدالة إحصائياً عدم وجود فروقات في معالجة القيم الوسيلية بين الصحف عينة الدراسة؛ إذ ركزت الصحافة في معالجتها لمحور الشباب على قيم الإبداع والتمييز في الترتيب الأول ومن ثم الطموح والإنجاز، وفي الترتيب الثاني الانتماء والولاء وفي الترتيب الثالث التمكين والتحصين.

وتبين النتائج أن هذه القيم الشخصية الوسيلية التي تمت معالجتها من خلال الصحافة الأردنية كانت لصالح صحيفة الرأي، وتهدف إلى تشجيع الطاقات الإبداعية، وتنمية العقل، والحث على الطموح والإنجاز والاستقلالية من أجل مواجهة التحديات والمسؤوليات التي تواجه الشباب، فهي الوسيلة لتلبية احتياجات التنمية الشاملة، أما فيما يتعلق بمعالجة قيم الولاء والانتماء فهي قيم وسيلية وطنية ذات أهمية من أجل تحقيق العديد من الغايات السلوكية اتجاه العمل وقيم العطاء والتطور والمبادرة، فالصحافة الأردنية واحدة من الوسائل التي تساهم بشكل بارز من خلال وظائفها في ترسيخ هذه القيم التي تعني حب الوطن لدى الشباب من خلال تكرار ما تقدمه من معالجة صحفية للقيم التي يزخر بها الخطاب السياسي الموجه للشباب. وهذا يوضح ما جاءَ في طبيعة العلاقة

الاعتمادية المتبادلة بين وسائل الاعلام والنظام السياسي التي تهدف الى زيادة القيم والمعايير السياسية وتدعيمها مثل الحرية والمساواة، والمواطنة لدى الأفراد في المجتمع.

وتبين من خلال قيمة مستوى الدلالة الإحصائية الأقل من (0.05) وهي (0.000)، وقيمة مربع كاي (17.99) وجود فروقات في القيم الغائية بين الصحف عينة الدراسة كانت لصالح صحيفة الرأي، واحتلت الترتيب الأول قيمة التغيير والإصلاح، وفي الترتيب الثاني جاءت العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص، واحتل الترتيب الثالث بناء مستقبل الوطن، أما الترتيب الرابع فكان من نصيب صون الحريات، جاءت في الترتيب الخامس النزاهة والشفافية، وفي السادس السلام العالمي، وهذا يبين أن الأجندة الصحفية أخذت بعين الاعتبار في أولوياتها معالجة القيم المرتبطة بالشباب، والذي أبرزها الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني، وتلتها صحيفة الغد في المرتبة الثانية، بينما ضعفت المعالجة لهذه القيم في صحيفة السبيل. وهذا يتوافق مع مدلولات نظرية الأجندة التي تذهب إلى أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرًا ذا دلالة في تشكيل معارف الأفراد واتجاهات الرأي العام نحو القضايا المختلفة من خلال استخدام القيم الاجتماعية والسياسية والدينية السائدة، لتجعل الأفراد أكثر ادراكًا للمواقف الاجتماعية في وقتٍ زمنيٍ محدد.

وبالرجوع إلى نتائج الدراسات السابقة تبين لنا أن دراسة العزيزي (2008) قد توصلت في إحدى نتائجها إلى أن قيم الانتماء الإنساني والقومي والحزبي قد احتلت المراتب الأخيرة على التوالي، وهذه النتيجة تتوافق مع ما توصلت اليه الدراسة الحالية، إذ جاءت معالجة الصحافة الأردنية لقيم الولاء والإنتماء في ترتيب متأخر، بينما ترى الدراسة أنها من القيم المهمة التي يجب التركيز على معالجتها كونها تشكل مصدر قوي لشحذ

الهمم، للعمل من أجل الارتقاءَ بالوطن، وتعزيز مكانته محليًا ودوليًا بعيدًا عن التعصب الفكري والعقائدي والإقليمي.

السؤال الرابع: أشكال التغطية الصحفية:

- فيما يتعلق بأشكال التغطية الصحفية، فقد تبين من خلال مستوى الدلالة الذي يقل عن (0.05) (0.000)، وقيمة مربع كاي Chi^2 (42.205) وجود فروقات دالة إحصائيًا بين أشكال التغطية الصحفية الأكثر اهتمامًا بمعالجة الموضوعات المتعلقة بالشباب.

ويتضح من نتائج الجدول رقم(4-12) أن كلاً من صحيفتي الرأي والغد استخدمتا التقارير الإخبارية في المعالجة الصحفية لمحور الشباب بنسبة 18% و 12.6% على التوالي، لتقديم مجموعة من المعلومات والوقائع والآراء حول محتوى الخبر الأساسي بشكل أوسع نسبياً لإلقاء الضوء على تفصيلات ما ورد في الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني، ويليه في الترتيب الثاني الخبر الذي يُعد مادة أساسية تهم القراء من جانب، والصحيفة من جانب آخر، وتُعد مورد من موارد الثروة للصحف، ومن ثم العمود الصحفي بنسبة 50% ولصالح صحيفة الرأي، وهذا يعني توافر كتاب مختصين تناولوا معالجة موضوع الشباب من خلال أعمدة ثابتة، لتعرض وجهة نظر الكاتب ورأيه المستند إلى الخبرة، والموضوعية في معالجة محور الشباب الذي تناوله الخطاب السياسي، بينما تراجعت نسبة المقلات، والتحقيقات، والتحليل والحديث الصحفي بنسب متقاربة في الصحف عينة الدراسة، وهذا مؤشر إلى أن هناك ضعفاً في المعالجة الصحفية للكشف عن القضايا والمشاكل المرتبطة بمحور الشباب وتسليط الضوء عليها واقتراح الحلول المناسبة لها، وترى الدراسة أن هذا الضعف مرتبط أيضًا بعدم تفاعل

الشخصيات الفاعلة من المؤسسات والهيئات الشبابية، وعدم ممارسة دورها في تناول قضايا الشباب التي تضمنها الخطاب السياسي من خلال تحقيقات وأحاديث صحفية موسعة.

بينما ظهر الحديث والمقال الافتتاحي بنسبة ضعيفة جداً، ويحتاج هذا النوع من الفنون الصحفية مزيداً من التركيز، كون هذه الأشكال لها قيمتها بما تطرحه من آراء ترد على لسان شخصيات صحفية أو رسمية بالتحدث حول القضايا والموضوعات الجارية على الساحة المحلية. وهذا يتعارض مع النتائج التي توصلت اليها دراسة الطوخي (1994)، التي تصدر فيها الخبر الصحفي الترتيب الأول، ومن ثم التحقيق، ويليه الحديث الصحفي، وفي الترتيب الرابع التقرير، في معالجتها للقضايا السياسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية للمراهقين. والتقت مع نتائج هذه الدراسة في غياب فن الكاركاتير، وكذلك تعارضت مع دراسة حسين (2011)، الذي سيطر فيها فن الخبر الصحفي على الترتيب الأول في المعالجة الصحفية، بينما التقت نتائج هاتين الدراستين في غياب كامل لفن الكاريكاتير الذي يشكل واحد من الأطر الخبرية التي لها احتكاك مباشر مع المتلقين، كونها تعمل على ايصال فكرة واضحة، وبإطار ساخر وبسيط وسريع التأثير تجاه فئة الشباب.

السؤال الخامس: مصدر المادة الصحفية

تبين نتائج الدراسة أن المصادر التي عالجت محور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين، كان مصدرها وكالة الأنباء الأردنية "بترا" في الترتيب الأول بنسبة (19.3%)، وهذا يعني أنها تشكل مصدراً رئيساً لأخبار الصحافة الأردنية كونها تمثل وكالة رسمية للدولة وترتبط بأصحاب القرار من شخصيات ومؤسسات وهي تمثل بالنسبة لهم وسيلة الوسيط في الإعلام والتأثير، بينما أشارت النتائج في صحيفة الرأي أن معالجة محور الشباب

ومن خلال الشباب أنفسهم احتلت المرتبة الثانية كمصدر صحفي بعد وكالة بترا، وهذا يعود لإصدارها عدداً اسبوعياً خاصاً بالشباب، تناول معالجة ما تضمنته الخطابات السياسية من موضوعات خاصة بالشباب، وتلتها الصحيفة بدون مراسل كمصدر، ومن ثم الكاتب الصحفي، والمندوب الصحفي، أما الغد فكان مصدر أخبارها وكالة الأنباء الأردنية "بترا"، ثم الصحيفة بدون مراسل، فالمندوب الصحفي، ودون تحديد مصدر بنسبة (4.1%)، بينما كان مصدر اخبار السبيل بالدرجة الأولى المندوب الصحفي، ثم الصحيفة بدون مراسل، ثم وكالة الأنباء الأردنية، والكاتب الصحفي، قد تبين أن هناك غياباً لوكالات الأنباء العربية والعالمية. واختلفت نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت اليه دراسة حسين(2011)،؛ إذ كان المندوبون والمراسلون مصدر التزويد للصحف عينة الدراسة، وهذا مؤشر إلى موثوقية الأخبار التي تمت معالجتها من قلب الحدث.

ومن الملاحظ أن معالجة محور الشباب في الخطاب السياسي تمت من خلال مصادر صحفية رسمية محلية كان من أولوياتها الاهتمام بقضايا الشأن المحلي الداخلي.

السؤال السادس: الاستمالات الإقناعية

لقد تبين لنا أن الصحف عينة الدراسة، قد اتجهت إلى استخدام الاستمالات العاطفية في معالجة موضوعات الشباب، وهذا يمثل ما أبرزته مضامين الخطاب السياسي الأردني، الذي شدد في مضامينه على استخدام قيم تحفيزية للتأثير في شخصية الشباب إلى جانب العديد من القيم الإنسانية والدينية، التي توصلت إليها الدراسة من خلال نتائجها في السؤال الثالث فيما يتعلق بالقيم الوسيلية. وترى الدراسة أن هذه المعالجة راعت طبيعة المرحلة العمرية للشباب، وما تتميز به من حيوية وتفاعل، بحيث يمكن التأثير فيهم من خلال استخدام الرموز

والشعارات، والكنايات بما يضمن تقبلهم السريع لإي مفاهيم اجتماعية، أو ثقافية، أو سياسية، يكون لها دور في تشكيل معرفة الشباب واتجاهاتهم نحو العديد من القضايا والموضوعات الوطنية الذي ركز عليها الخطاب.

السؤال السابع: أهداف المادة الصحفية التي عالجت محور الشباب.

تبين نتائج الدراسة في الجدول رقم(4-7) أن الصحافة الأردنية عينة الدراسة، هدفت في معالجتها لمحور الشباب إلى الإعلام والأخبار في الترتيب الأول وبنسبة (22.8%) على مستوى الصحف، وتنحصر النسبة الأعلى لصحيفتي الغد والرأي على التوالي، وهذا مرتبط بارتفاع نسبة معالجة الصحافة ذاتها لمحور الشباب من خلال الفنون الصحفية كالتقرير والخبر التي تركز في مضامينها على تفصيلات أخبار القضايا، والموضوعات، والأحداث الجارية المتعلقة بالشباب، وفي الترتيب الثاني جاءت بهدف إبداء الرأي، وترى الدراسة أن هذا ارتبط بالنسبة العالية للأخبار التي مصدرها الشباب في صحيفة الرأي، إلى جانب ارتفاع نسبة الأخبار التي تتم تغطيتها من خلال المندوب الصحفي الذي يتولى عمل تقرير واضح موجز حول النشاط أو القضية التي يقوم بتغطيتها في المناطق والمؤسسات والهيئات الشبابية، وفي المرتبة الثالثة جاء التأثير في الرأي العام، وذلك يدل على إدراك الصحافة الأردنية ولو بنسبة متوسطة إلى أهمية معالجة محور الشباب من أجل التأثير في الرأي العام، وتوجيهه للاهتمام برعاية هذه الفئة، بينما تراجعت أهداف المعالجة في موضوعات متخصصة بالتثقيف والتوعية حول القضايا المتعلقة بالشباب، وظهرت هذه الموضوعات بنسب منخفضة في الصحافة الأردنية عينة الدراسة، على الرغم من إصدار صحيفة الرأي ملحقاً اسبوعياً للشباب، وهذا

يتطلب من الصحافة بذل مزيدٍ من الجهود لاستكتاب المتخصصين في موضوعات التثقيف والتوعية ومجالاتها المختلفة.

السؤال الثامن: الشخصية الفاعلة في معالجة محور الشباب:

تبين النتائج أن الشخصية الفاعلة التي أبرزتها المعالجة الصحفية لمحور الشباب في الخطاب السياسي، كان أبرزها الشخصيات الرسمية بنسبة كلية للصحف (36.5%)، وبنسب متقاربة في صحيفتي الرأي والغد، ومنخفضة في السبيل، وتلتها شخصية الشباب بنسبة (24.5%)، وشخصيات صحفية بنسبة (23.4%)، ومن ثم الهيئات والمؤسسات المحلية بنسبة (20.4%)، بينما تراجعت نسبة الشخصية الفاعلة من الهيئات والمؤسسات الدولية التي ترى الدراسة أن فاعليتها في المعالجة الصحفية اقتصرت على نسبة بسيطة من المشاركين في المؤتمرات الدولية المحلية. وترى الدراسة أن الشخصيات الرسمية التي احتلت الترتيب الأول بين الشخصيات الفاعلة، دورها كان ينحصر بالإدلاء بالخبر والإعلام بالتوجهات والسياسات المستقبلية اتجاه الشباب، وحتى تكون المعالجة إيجابية ومثمرة لابد أن يكون هناك دور بارز في المعالجة من خلال الشخصيات الشبابية، ومن ثم الصحفية، تلتها المؤسسات والهيئات الشبابية في مقدمة الشخصيات الفاعلة التي تتناول معالجة ما تضمنه الخطاب من مضامين تتعلق بالشباب ومتطلباتهم في إطارات خبرية أكثر بروزًا وبشكل متكرر ومستمر.

السؤال التاسع: المواقع والمساحات:

أ- تبين النتائج في الجدول رقم(4-17) المتعلقة بالمواقع التي شغلتها المعالجة الصحفية لمحور الشباب في الخطاب السياسي، أن المواد التحريرية شغلت الصفحات الداخلية في

الترتيب الأول بنسبة 73.7%، وهذا يتوافق مع نتائج الأشكال الصحفية التي أبرزت في المرتبة الأولى التقرير الذي عادة ما تتناوله الصحف في الصفحات الداخلية وبمساحات كافية للتعبير عن الخبر، بينما احتلت الصفحات الأولى الترتيب الثاني بنسبة 11.8%، وهي الصفحات التي تستغل لنشر الأخبار السريعة والجارية التي تمثلت في هذه الدراسة بالأخبار التي تناولت مضمون الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني، بينما احتلت الملاحق الترتيب الثالث في صحيفتي الرأي والغد على التوالي، بينما غابت في صحيفة السبيل، وظهر ضعف في استخدام الصفحة الأخيرة على مستوى الصحف في معالجة الموضوعات المتعلقة بالشباب، وهذا يعني أن هناك جدية ورسمية في معالجة هذا المحور وفي الإطار الذي أبرزه الخطاب السياسي.

ب-أما من حيث المساحات التي استغلت لمعالجة محور الشباب، فقد بينت النتائج في الجدول نفسه، أن المساحة الأقل من (50 سم) قد احتلت الترتيب الأول بنسبة (29.1%)، والنسبة الأعلى كانت لصالح الرأي وتليها صحيفة الغد، بينما ضعفت النسبة في صحيفة السبيل، وهذه المساحات أيضًا تتوافق مع حجم المساحات التي تحتلها الأخبار التي جاءَت في الترتيب الثاني كفنون صحفية، بينما جاءت في الترتيب الثاني مساحة ربع الصفحة، وهي المساحة التي تستوعب عرض تقرير مفصل للقضايا المتعلقة بالشباب، وفي الترتيب الثالث العمود، يليه في الترتيب الرابع نصف صفحة، وهذا مؤشر لاتساع حجم التقارير التي أفرزتها نتائج هذه الدراسة، ويضاف إليها نسبة التحقيقات البسيطة التي بينتها نتائج الدراسة، فيما ضعفت نسبة الصفحة والصفحتين، وما تجاوز الصفحتين، وترى الدراسة أن هذه الصفحات شغلتها الصحافة لمعالجة محور الشباب الذي تناوله الخطاب السياسي

للملك عبدالله الثاني في المؤتمرات والمحافل المحلية االمتعلقة بالشباب من خلال الملحق الخاص بالشباب.

السؤال العاشر: العناصر التيبوغرافية (الصور، والرسوم، والألوان، والعناوين).

أ- **فئة الصور:**

تبين نتائج الدراسة أن أبرز الصور التي استخدمتها الصحافة الأردنية في معالجة محور الشباب في الخطاب السياسي هي الصور الإخبارية، وكانت النسبة الأعلى في صحيفة الرأي تلتها صحيفة الغد ثم صحيفة السبيل، وهذا مؤشر يبين حرص الأجندة الصحفية على تقديم الخبر المصور للقارئ الذي يعد من العناصر الأساسية في الإبراز والتأثير، وفي الترتيب الثاني جاءت الصور الموضوعية التي تستخدم بشكل أساسي في التقارير، والتحقيقات الصحفية، التي هي الأبرز في الفنون الصحفية وكانت النسبة لصالح صحيفة الرأي، وفي الترتيب الثالث جاءَت الصورة الشخصية وبنسبٍ ضعيفة ومتقاربة في صحيفتي الرأي والسبيل (3.50% و 3.4%) على التوالي.

ب-**فئة الرسوم:**

تبين النتائج أن استخدام الرسوم التعبيرية والشخصية حصلت على نسب متساوية بالنسبة للمجموع الكلي لعينة صحف الدراسة وبنسبة (40%) لكل منها، واقتصر استخدام الرسوم التوضيحية في المعالجة في صحيفة الغد المستقلة والمملوكة للقطاع الخاص بنسبة (20%)، بينما بينت النتائج استخدام الصور الشخصية في المعالجة في صحيفة السبيل بالترتيب الأول، وتلتها صحيفة الغد، إذ تميزت كلتا الصحيفتين بإبراز كتاب الأعمدة برسوم شخصية لكتابها، وتعلل

الدراسة ذلك كون الصحيفتان حديثتا العهد بالصدور مقارنة بصحيفة الرأي التي أصبحت تضم عدداً من الكتاب المخضرمين المعروفين لدى القراء على الساحة الصحفية؛ لذا لم يعد لديها اهتمام بإبراز شخصياتها الصحفية من خلال هذه الأطر الخبرية .

جـ-فئة الألوان:

وتبين النتائج أن النسبة الأكبر من صفحات الصحف الأردنية عينة الدراسة لم تستخدم اللون في معالجتها لمحور الشباب، خصوصًا في المعالجات التي أبرزتها الأشكال والفنون الصحفية كالمقالات والأعمدة والأنشطة، وسجلت نسبة (60.3%)، أما فئة اللون فقد بلغت نسبة استخدامها(39.7)، وترى الدراسة أن استخدام اللون اقتصر على إبراز الموضوعات التي ارتبطت بمحور الشباب في الموضوعات التي ارتبطت بالخطاب الملكي، وصور تغطية النشاطات المتعلقة به، وخصوصًا في صحيفتي الرأي والغد على التوالي، بينما انخفضت النسبة في صحيفة السبيل كونها لا تعتمد على عنصر اللون كعنصر إبراز على صفحاتها.

د- فئة العنوان:

تبين النتائج أن العنوان الرئيس كان أكثر العناوين استخدامًا، فهو السمة الغالبة لعناوين الصحف الأردنية التي استخدمتها في معالجة القضايا والموضوعات البارزة التي يطرحها الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين بشأن الشباب، بينما جاءت في الترتيب الثاني العناوين التمهيدية التي تستخدم كعنصر أكثر ابرازًا لمضامين الأخبار المعالجة صحفيًا، وكانت النسب الأعلى لصالح صحيفة الرأي وتلتها صحيفة الغد والسبيل على التوالي، بينما جاءَت عناوين الصفحة الأولى في الترتيب الأخير؛ إذ استخدمت هذه الصفحة العناوين الرئيسة الخاصة بالخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين، أو أي أحداث بارزة على الساحة الدولية والمحلية.

السؤال الحادي عشر: مدى التباين في اهتمام الصحافة بمعالجة محور الشباب في الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين في الفترة من (2005 – 2008) (2009 – 2014):

حاولت هذه الدراسة في واحد من أهدافها تحديد الفترة الزمنية التي تركزً فيها اهتمام الصحافة لمعالجة محور الشباب في الخطاب السياسي، وذلك خلال الفترتين من (2005–2008) و(2009–2014) في ضوء الاضطرابات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي ألمت بالمنطقة العربية ودول الجوار، وما ارتبط بها من تسميات أُسندت بعض المسؤوليات إلى الشباب في خلق ثورة الربيع، ومطالباتهم بالإصلاح وتحقيق العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص، وهل الخطاب الصحفي الأردني واكب هذه المرحلة بالتركيز على أهمية دور الشباب كأولوية إعلامية؟ وضرورة تلبية متطلباتهم واحتياجاتهم الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

وتبين النتائج أن نسبة المعالجة لمحور الشباب في الخطاب السياسي كانت متقاربة نوعاً ما خلال الفترة الأولى من (2005–2008)، وأن الاهتمام بالمعالجة كان بنسبة (55.8%)، بينما انخفض الاهتمام بمعالجة هذا المحور إلى (43.5%) في الفترة التي واكبت مرحلة الاضطرابات والثورات العربية التي ما زالت قائمة حتى الآن، وترى الدراسة أن المعالجة الصحفية ركزت في السنوات الأخيرة على إبراز السياسات الاستراتيجية وسياسات النهوض بدور الشباب من خلال المشاركة في صنع القرار، والعمل على ايجاد مشاريع إنمائية تساعد على الحد من البطالة ومعالجة الفقر وتوفير فرص العمل، وهذه الموضوعات جميعها تم تناولها من أجل تحقيق الاصلاحات السياسية التي من شأنها رفع مستوى المعيشة للشباب الأردني أمام ما يواجهونه من مسؤوليات وتحديات. وهذه النتيجة تتوافق مع ما توصلت اليه دراسة "wanta" بإن شخصية الرئيس تعطي

لبعض القضايا أولويات بما يجعلها ذات اهمية لدى المجتمع بإكمله، مما يجعلها تفرض أهميتها في الأجندة الصحفية.

المبحث الثاني: خلاصة النتائج

أولًا : وضعت الصحافة الأردنية في أولويات اهتمامها معالجة محور الشباب في الخطاب السياسي؛ إذ احتلت صحيفة الرأي الأردنية الترتيب الأول في نسبة المعالجة، تلتها صحيفة الغد، ثم صحيفة السبيل على التوالي وبنسب منخفضة.

ثانيًا: على مستوى المعالجة الصحفية، احتل السياق الاقتصادي الترتيب الأول بنسبة 58.90%، وجاء السياق الثقافي والتربوي في الترتيب الثاني ، وهذا يشير إلى أن الاهتمام بالمعالجة تناول في أولوياته القضايا الاقتصادية المرتبطة بالشباب التي تلعب دورًا مؤثرًا في تطوير العملية التنموية، وما يترتب عليها من رفع لمستوى المعيشة والحد من البطالة، ومكافحة للفقر.

ثالثًا: ركزت المعالجة الصحفية لمحور الشباب في الخطاب السياسي على إبراز قيم الإبداع والتميز، وقيم الطموح والإنجاز التي تمثل قيمًا وسيلية، بينما تناولت في معالجتها للقيم الغائية قيمتي التغيير والإصلاح، وتحقيق العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص.

رابعًا: اعتمدت الصحافة الأردنية على استخدام التقرير الصحفي في معالجتها لمحور الشباب الذي احتل الترتيب الأول، وتلاه الخبر الصحفي، بينما تراجعت نسب المعالجة من خلال الأشكال والقوالب الأخرى بشكل ملحوظ في الصحف عينة الدراسة، وهذا يعني أن تلك الصحف لم تخطت منهجًا إعلاميًا متنوعًا في معالجتها لمحور الشباب، وإنما اكتفت بنقل تقرير مفصل حول ما تم طرحه من موضوعات وقضايا ارتبطت بهم.

خامسًا: الاعتماد على وكالة الأنباء الأردنية "بترا" كمصدر للمعلومات الصحفية التي عالجت محور الشباب ، بينما انخفضت نسبة الاعتماد على مصادر المعلومات الأخرى التي حددتها الدراسة، وهذا يعود إلى أن وكالة "بترا " وهي تمثل المصدر الرسمي للإخبار والفعاليات الرسمية المتعلقة بجلالة الملك عبالله الثاني والديوان الملكي.

سادسًا: استخدامت المعالجة الصحفية لمحور الشباب الاستمالات الإقناعية العاطفية المتمثلة بالشعارات، والقيم، وعبارات التوكيد والتشديد.. وقد شكلت ما نسبته 77.5%.

سابعًا: انحصرت الأهداف التي سعت الصحافة إلى تحقيقها من خلال معالجة محور الشباب في إعطاء المعلومات وإيصال الأخبار، بينما تراجعت الأهداف الأخرى التي حددتها الدراسة، وهذا يعني أن أغلب الأخبار التي نشرت حول محور الشباب الذي جاء في الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني كان هدفها الإعلام والإخبار بالقضايا والموضوعات المرتبطة بهم، دون الإهتمام بحاجة هذه الموضوعات والقضايا إلى الحلول المناسبة، وإبداء الآراء المناسبة بشأنها، وتكثيف موضوعات التثقيف والتوعية حولها.

ثامنًا: كانت الشخصيات الرسمية أكثر الشخصيات الفاعلة في المعالجة الصحفية لمحور الشباب، تلتها شخصية الشباب، وفي هذه الدراسة كانت الشخصيات الرسمية الفاعلة بطرح محور الشباب متمثلة بشخصية جلالة الملك عبدالله الثاني، وتلتها شخصية الشباب أنفسهم كفئة باتت مهتمة بتناول ومعالجة قضاياها المختلفة، بينما غاب الدور المباشر للشخصيات الفاعلة من الهيئات والمؤسسات والمنتديات التي تُعنى رسميًا بالإهتمام بالشباب.

تاسعًا: (أ) شغلت الصفحات الداخلية الترتيب الأول من بين المواقع التي خصصت لمعالجة محور الشباب، وهذا يعني أن التقارير والأخبار التي تغطي محور الشباب لم تكن تحتل موقعًا متصدرًا وبارزًا في الصحف عينة الدراسة.

(**ب**) كانت المساحات التي تمثل أقل من (50سم^2) قد احتلت المساحات الأبرز في معالجة محور الشباب، ومحدودية المساحات تعني أن موضوعات الشباب وقضاياهم لا تشكل اهتمام واضح لدى الصحف عينة الدراسة، أي لاتحتاج إلى مساحات للتحليل والنقاش، وإبدأ الرأي والحلول المناسبة حولها.

(**ج**) اعتمدت المعالجة الصحفية لمحور الشباب الصور الإخبارية، وكانت النسبة الأعلى لصالح صحيفة الرأي.

(**د**) تراجعت نسبة استخدام الرسوم الصحفية بأنواعها في المعالجة الصحفية لمحور الشباب.

(**هـ**) انخفضت نسبة استخدام اللون في المعالجة الصحفية، في حين يمثل اللون عنصرا هامًا من عناصر الإبراز الصحفي.

(**و**) جاء اهتمام المعالجة الصحفية لمحور الشباب بإبراز العناوين الرئيسة في الترتيب الأول ومن خلال صفحاتها الداخلية.

(**ي**) كان هناك نوع من التوازن في معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي خلال الفترتين من (2005 –2008) ومن(2009 – 2014).

المبحث الثالث:التوصيات

بناءً على ما تقدم من مناقشة لنتائج تحليل الدراسة توصي الباحثة بما يلي:-

1- ضرورة أن تعمل الخطة الاستراتيجية الإعلامية الأردنية على تحديد معايير واضحة، لمتطلبات عمل الصحف الناشئة سواءَ المستقلة التي تتبع للقطاع الخاص، أو الحزبية، بما يمكنها من المساهمة المباشرة والفاعلة، وتعزيز دورها بالتركيز على تناول قضايا الشباب، ومعالجة احتياجاتهم بالحوار والمناقشة من قبل المختصين بما يتوافق مع توجه الخطاب السياسي الأعلى للدولة، ؛ إذ بدا دورها محدودًا في هذا المجال.

2- ضرورة تركيز المعالجة الصحفية على بعض الموضوعات السياسية التي تراجعت نسبتها في نتائج الدراسة، كالتنمية السياسية، وضرورة التوجيه والتثقيف المستمر حولها، وكذلك بعض الموضوعات الاقتصادية كتغيير النظرة للعمل، والوظيفة بالحوار، والنقاش في ضوء اتساع دائرة البطالة والفقر، والحاجة للتوجه إلى التعليم النوعي، الذي تراجعت نسبته أيضًا في المعالجة الصحفية الأردنية.

3- ضرورة توسيع التركيز من قبل الصحافة على معالجة القيم الوسيلية والغائية التي تمثل بمجملها قيم ذات دلالات انسانية ودينية، وسياسية لا بد أن يتحلى بها الشباب في ضوء ما تشهده المجتمعات من فوضى واضطرابات؛ إذ تبين من النتائج أن نسب معالجة هذه القيم ضعيفة بالنسبة لأهميتها وتأثيرها في تشكيل المواقف والاتجاهات عند الشباب.

4- ضرورة عدم اكتفاء الصحافة اليومية الأردنية بمعالجة محور الشباب في مضامين الخطاب السياسي، من خلال التركيز على وظيفتي الإخبار والإعلام، وإنما ضرورة التعمق في

معالجته من خلال التحقيقات والتحليلات والأحاديث الصحفية تحديدًا، كونها تدخل في توضيح تفاصيل رؤية الخطاب وتوجهاته نحو السياسات المتعلقة بالشباب ومتطلباتهم من ناحية، وتوضيح رؤية الشباب ومتطلباتهم من ناحية أخرى، ولتحقيق ذلك لا بد من تمكين الصحفيين مهنيًا، واستقطاب الصحف لكوادر متخصصة في هذا المجال.

5- ضرورة التركيز على موضوعات المادة الصحفية التي تهدف إلى التوعية والتثقيف، والتحفيز، وتقديم حل للمشكلات المتعلقة بالشباب؛ إذ بدت هذه الأهداف ضعيفة في مضامين المادة المعالجة.

6- في ضوء محدودية المساحات والصفحات التي خصصت لمعالجة موضوعات الشباب، توصي الدراسة بضرورة العمل من خلال الاستراتيجية الإعلامية للدولة إلى إصدار صحيفة متخصصة ومستقلة تتناول قضايا الشباب واحتياجاتهم المتنوعة بشكل أعمق، وبما يواكب الأحداث الجارية على الساحة السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، وبما يعزز مسيرة التحول الديمقراطي بشكل تعددي ومنظم.

المراجع العربية:

ابراهيم، عبد الله(1993) إشكالية المصطلح النقدي (الخطاب والنص) مجلة آفاق عربية، بغداد: ع18، 59-60.

ابراهيم، محمد نجيب محمد.(2009). القيم السائدة لدى الشباب ، دراسة ميدانية في ثلاث محافظات مصرية، مجلة كلية الآداب، جامعة المنصورة، ع44، مج 2 من (404-499).

ابن كثير، أبو الفداء، اسماعيل بن عمر ت774هـ.(1983) تفسير القرآن الكريم العظيم، القاهرة: دار التراث العربي للطبع والنشر.

ابن منظور، الإمام العلامة أبي فضل جمال الدين مكرم ابن منظور الافريقي المصري، (630-711هـ)، (1968). لسان العرب، مج 1، بيروت: دار صادر.

ابن منظور، الإمام العلامة أبي فضل جمال الدين مكرم ابن منظور الافريقي المصري، (630-711هـ)، (1968). لسان العرب، مج 2، بيروت: دار صادر.

ابن منظور، الإمام العلامة أبي فضل جمال الدين مكرم ابن منظور الافريقي المصري، (630-711هـ)، (1955). لسان العرب، مج 4، بيروت: دار صادر.

أبو أصبع، صالح، ومناصرة، عز الدين، وعبد الله محمد. (2005). ثقافة المقاومة، أوراق مؤتمر فيلادلفيا الدولي العاشر، المؤتمر العلمي لكلية الآداب والفنون من (25-28) ابريل نيسان.

أبو بكري، راضية (2013) الخطاب السياسي، الخصائص واستراتيجيات التأثير، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، الجزائر: ع 12، 96- 105.

أبو دية، سعد.(2009). وصايا القادة الكبار للشباب، سلسلة تثقيفية، الأردن: المجلس الأعلى للشباب.

أبو زيد، فاروق (1983) فن الكتابة الصحفية، ط2، جدة، المملكة العربية السعودية: دار الشروق للطباعة والنشر.

أبو صوفه، محمد.(1996). الصحافة في الأردن(1920-1996)، عمان: مكتبة المحتسب.

أبو عامود، محمد سعد.(2006). محددات مستقبل الإصلاح السياسي في الدول العربية، مركز دراسات وبحوث الدول النامية ، جامعة القاهرة.

أبو عامود، محمد سعد.(2009). الإعلام والسياسة في عالم جديد، ط1، الاسكندرية: دار الفكر الجامعي .

أبو عرجة، تيسير. (2010). فن المقال الصحفي، ط1، عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.

أبو عرجة، تيسير.(1999). نحو وكالة أنباء عربية مركزية ، مجلة الشؤون العربية، مصر :العدد 61، 67-790.

أبو عرجة، تيسير.(2000). دراسات في الصحافة والاعلام، ط1، عمان_الاردن: دار مجدلاوي للنشر والطباعة.

أبو عرجة، تيسير.(2003). الإعلام والثقافة العربية:الموقف والرسالة، ط1،عمان– الأردن: دار مجدلاوية: توزيع دار أسامة.

أبو يوسف، إيناس.(2001). الصورة الذهنية للانتفاضة الفلسطينية لدى النشئ "دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، ع4، جامعة القاهرة– كلية الإعلام .

أحمد، أحمد زكريا.(2012). نظريات الإعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، ط1، مصر، المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع .

أحمد، جمال عبد العظيم (2007). العلاقة بين الاعتماد على وسائل الاعلام الجماهيرية كمصدر للمعلومات والمستوى المعرفي للشباب البحريني بالانتخابات البرلمانية، جملة الآداب – جامعة الزقازيق، مصر، ع42، بحوث ومقالات 147 – 181.

أحمد، خلود خليفة (2010). دور الصحافة في ترتيب اولويات الشباب "دراسة مسحية على صحيفة الصحافة في الفترة من 2007 – 2008، رسالة ماجستير غير منشورة، السودان: جامعة أم درمان الاسلامية.

أحمد، سمير ابراهيم أحمد (2005). دور الأطر الاخبارية الصحف في تشكيل اتجاهات المراهقة نحو القضايا السياسية،" رسالة ماجستير غير منشورة"، جامعة عين شمس، معهد دراسات الطفولة.

الأحمدي، طالب.(2006). استطلاع آراء الطلبة الجامعيين في معالجة الصحافة اليومية السورية لقضايا الشباب: دراسة تقويمية، مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، مج 20، ع1، 35–78.

استيتية، سمير.(2002). اللغة وسيكولوجية الخطاب ، بين البلاغة والرسم الاخر، بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

اسماعيل، حنان (2006) التراكيب الاعلامية في اللغة العربية، ط1، عمان: دار وائل للنشر.

اسماعيل، محمود حسين. (2011). مناهج البحث العلمي، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي للطبع والنشر.

بارك، فرانسيس. (2010). الإعلام الجديد والإعلام البديل، ترجمة وتعريب المركز الثقافي للتعريب والترجمة، القاهرة: دار الكتاب الحديث .

الباز، راشد بن سعد.(2004). أزمة الشباب الخليجي واستراتيجيات المواجهة، ط1، المملكة العربية السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

الباز، علي (2002). العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية والرأي العام، الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الاشعاع الفنية .

بد، ريتشارد.(1992). تحليل مضمون الإعلام: المنهج والتطبيقات، ترجمة محمد ناجي الجوهر، ط1، اربد: قدسية للنشر.

تودوروف، تزفتان (1993). اللغة والآداب في الخطاب الأدبي، ترجمة سعيد الغانمي، بيروت: المركز الثقافي العربي.

جريبر، درويس إيه (1997). سلطة وسائط الإعلام، مراجعة فاروق جرار، عمان: دار البشير.

الجنيدي، تهامة (2005). الإعلام العربي خلق الهوية والثقافات، بغداد: نينوى للدراسات والنشر.

جواد، عبد الستار (1998). اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، عمان: دار الهلال للترجمة.

جريبر، درويس إيه (1997). سلطة وسائط الإعلام، مراجعة فاروق جرار، عمان: دار البشير.

الجنيدي، تهامة (2005). الإعلام العربي خلق الهوية والثقافات، بغداد: نينوى للدراسات والنشر.

جواد، عبد الستار (1998). اللغة الإعلامية، دراسة في صناعة النصوص الإعلامية وتحليلها، عمان: دار الهلال للترجمة.

حبيب، جمال شحاته.(2000). الخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب والمجال المدرسي، القاهرة: مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي – جامعة حلوان.

الحتو، محمد سلمان. (2012). مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع.

حجاب، محمد منير. (2004). المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

الحديدي، فايز أحمد. (1990). مظاهر الاغتراب وعوامله لدى طلبة الجامعة الأردنية – دراسة ميدانية، "رسالة دكتوراه غير منشورة"، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.

الحديدي، محمد فضل. (2006أ). فن الإخراج الصحفي، القاهرة: مكتبة نانسي ومياط .

الحديدي، محمد فضل.(2006ب). نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، القاهرة – دمياط: مكتبة نانسي.

الحسن، غسان عبد الوهاب. (2011). ايديولوجيا الإخراج الصحفي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

حسين، سكفان. (2011). دور الصحف السورية اليومية في تشكيل معارف الشباب الجامعي تجاه القضايا السكانية – دراسة تحليلية ميدانية، "رسالة ماجستير غير منشورة"، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة دمشق.

حسين، سمير.(2006). دراسات في مناهج البحث العلمي، بحوث الاعلام، القاهرة: عالم الكتب .

الحسيني، إحسان محمد.(1999). تأثير الغد الثقافي على سلوك الشباب، ط1، المملكة العربية السعودية: أكاديمية نايف للعلوم .

الحميري، عبد الواسع. (2014). أزمة الخطاب السياسي العربي المعاصرة، ط1، بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع .

الخالدي، خزيم سالم (2009) الإطار الفكري والمرجعي للخطاب الإعلامي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين، مجلة المنارة للبحوث والدراسات، الأردن: مج 16، ع3، 189-218.

خضور، أديب.(2004). مدخل إلى فن التحرير الصحفي، منشورات جامعة دمشق.

خضور ، أديب.(2004). دراسات نظرية في علم الصحافة، تأليف مجموعة من الكتاب الالمان البلغار ، ترجمة أديب خضور، ط1، دمشق : وزارة الثقافة.

الخطاب السامي لصاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم (2000) المجلد الأول، إدارة الإعلام والاتصال، الديوان الملكي الهاشمي.

الخطاب السامي لصاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم (2002) المجلد الثاني، ط2، إدارة الإعلام والمعلومات، الديوان الملكي الهاشمي.

الخطاب السامي لصاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم (2003) المجلد الثالث، ط2، إدارة الإعلام والاتصال، الديوان الملكي الهاشمي.

الخطاب السامي لصاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم (2004) المجلد الرابع، إدارة الإعلام والاتصال، الديوان الملكي الهاشمي.

الخطاب السامي لصاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم (2005) المجلد الحادي عشر، إدارة الإعلام والاتصال، الديوان الملكي الهاشمي.

الخطاب السامي لصاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم (2006) المجلد السادس، إدارة الإعلام والاتصال، الديوان الملكي الهاشمي.

الخطاب السامي لصاحب الجلالة الملك عبدالله الثاني ابن الحسين المعظم (2011) المجلد العاشر، إدارة الإعلام والاتصال، الديوان الملكي الهاشمي.

خطاب، سمير (2004). التنشئة السياسية والقيم، (د.م) ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع .

خطايبة، يوسف (2007) مشاركة الشباب في مؤسسات المجتمع المدني، "رسالة دكتوراة غير منشورة"، الجامعة الأردنية، الأردن.

خليفة، إجلال.(1980). علم التحرير الصحفي وتطبيقاته العملية في وسائل الاتصال الجماهيري، ط1، ج1، القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية.

خليفة، عبد اللطيف محمد. (2003). دراسات سيكولوجية الاغتراب، القاهرة: دار غريب للنشر.

خماش، نبال.(2010). قراءات في خطاب جلالة الملك عبدالله الثاني في الثامن من حزيران 2010، تحليل ورصد، الأردن: دائرة المطبوعات والنشر.

خوالدة، مصطفى، وزهران، وسام، والعمايرة، شيرين.(2007). المبادرات الملكية السامية لجلالة الملك عبد الله الثاني بن الحسين، الأردن : دائرة المكتبة الوطنية.

خورشيد، كامل (2012). مدخل إلى الرأي العام، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

دائرة الإحصاءات العامة (2011)، حالة البطالة في الأردن، مديرية الإحصاءات العامة – قسم إحصاءات العمل، المملكة الأردنية الهاشمية.

دائرة الاحصاءات العامة (2014) الأردني بالأرقام، العدد 17 شهر آب.

دائرة الاحصاءات العامة. (2013).الكتاب الإحصائي السنوي الأردني، العدد64.

دائرة المطبوعات والنشر الأردنية.(1998). قانون المطبوعات والنشر الأردني وتعديلاته رقم(8) لسنة 1998 .

الدليمي، عبد الرزاق محمد.(2016). نظريات الاتصال في القرن الحادي عشر، عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

دي ، بوجراند، روبرت.(1998) . النص والخطاب والإجراءَ ، ترجمة تمام حسان ، ط1، القاهرة: عالم الكتب .

الراتب، خليل محمد. (2011). التصوير الصحفي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

الرازي، محمد بن أبي بكر. (1997). مختار الصحاح، القاهرة: دار المعارف .

الرازي، محمد فخر الدين. (1983). التفسير الكبير، مفاتيح الطيب، ط1، بيروت: دار الكتب العلمية.

ربيع، عبد الجواد. (2005). فن الخبر الصحفي، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

رئاسة الوزراء.(2012). الاستراتيجية الإعلامية، المملكة الأردنية الهاشمية.

الزغل، علي. (1994). الشباب في الأردن، عمان: منشورات لجنة تاريخ الأردن، تمت الفهرسة بمعرفة المكتبة الوطنية .

زغيب، شيماء ذو الفقار.(2009). مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الاجتماعية، ط1، القاهرة: المكتبة الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية.

زلطة، عبدالله (2001). الرأي العام والإعلام، القاهرة : دار الفكر العربي.

الزمخشري، أبو القاسم جار الله محمود بن عمر(467-538هـ). اطواق الذهب في المواعظ والخطب، تحقيق أحمد عبد التواب عوض، (لات 200). القاهرة: دار الفضيلة.

زهران، حامد عبد السلام. (1986). التوجيه والإرشاد النفسي، كلية التربية، جامعة عين شمس القاهرة.

الزيود، ماجد. (2008). الشباب والقيم في عالم متغير، ط1 عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

ساعد، ساعد. (2012). فنيات التحرير الصحفي، الجزائر: المكتب الجامعي الحديث، دار الكتب والوثائق القومية،.

الساعدي، د. حسن كامل (2012) الوظيفة الثقافية للصحافة (دراسة تحليلية للملحق الثقافي في جريدة الصباح للمدة من (2009–2010) كلية الإعلام، جامعة بغداد: 85–95.

سالم ، حمدان خضر.(2013) .الكاركاتير في الصحافة، عمان: دار أسامة للنشر وتوزيع.

سالم، رعد الحافظ (2000). التنشئة الاجتماعية وأثرها على السلوك السياسي، عمان _ الأردن: دار وائل للنشر.

السرحان، محمود قظام. (2006). كيف نساعد الشباب، سلسلة التثقيف الشبابي، المجلس الأعلى للشباب: عمان– الأردن.

سعادة، جودة أحمد، وعبد الغني يسرى، وأبو زيادة اسماعيل جابر.(2007). ترتيب تلاميذ الصف السادس الأساسي للقيم حسب مقياس روكيتش في ضوء عدد من المتغيرات، مجلة دراسات العلوم التربوية، الأردن: مج 34، ع1، 45–63.

السعيدين، ضيف الله سعد.(2007). الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين وأثره على الاصلاح والتحديث في الأردن، عمان– الأردن: المطابع العسكرية.

سلامة، معتز.(2005). الإصلاح السياسي ، كراسات استراتيجية- الاهرام- السنة الخامسة عشر،ع 153، 7.

سميسم، حميدة (1997). مفهوم الخطاب الإعلامي، المؤتمر العلمي الثالث، 12 أيار 1997 منشورات جامعة فيلادلفيا، كلية الآداب، الأردن.

سميسم، حميدة (2002). الرأي العام وطرق قياسه، عمان ، الأردن: دار ومكتبة الحامد.

سميسم، حميدة، (2006). نظرية الرأي العام، ط1،، القاهرة: الدار الثقافية للنشر.

سيباني، خليل (2009). إدارة العقل، ، بيروت : الناشر دار الراتب الجامعية.

السيد، فؤاد البهي. (1992). علم النفس الاجتماعي رؤية معاصرة، القاهرة: دار الفكر العربي .

شاوي، برهان. (2003). مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، الأردن، اربد: دار الكندي للنشر.

الشريد، غرايبة، مازن، هيام (1994) القيم التربوية والوطنية والسياسية في منهاج اللغة العربية، مؤتة للبحوث والدراسات المنطوقة، مج 9، العدد 3، 147-179.

شكارة، عادل عبد الحسين. (1984). مشكلات الشباب العربي واقعها وأساليب علاجها، مجلة البحوث والدراسات العربية، العراق:ع13، 155-185.

الشمايلة، ماهر، عودة، محمود، اللحام، عزت، كافي، مصطفى يوسف.(2015). الصحافة المتخصصة، عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.

شهاب، موسى علي (2011) علم اجتماع الإعلام، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع .

الشهاب، موسى علي. (2012). اتجاهات معاصرة في كتابة المقال الصحفي، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

الشهري، عبد الهادي بن ظافر.(2004). استراتيجيات الخطاب مقاربة لغوية وتداولية، ط1، بيروت– لبنان: دار الكتاب الجديد المتحدة .

صابات، خليل (1959). الصحافة رسالة، استعداد، فن علم، القاهرة: دار المعارف.

صابات، خليل (1987) وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية.

صابات، خليل (1991) وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط6، القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية.

صابات، خليل وآخرون (1975) ترجمة لكتاب مارشال مالكوهان، كيف تفهم وسائل الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية بالاشتراك مع مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر.

صبحي، تيسير، (1992). الموهبة والإبداع، عمان: دار التقوى العلمي للنشر والتوزيع.

الصقر، إياد محمد. (2008). تصميم الصحافة المطبوعة وإخراجها، ط1، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

ضيف، عبندة.(2012). الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة ومن ترتيب أولويات وسائل الإعلام، مجلة الحكمة، ع10، 172–209، الجزائر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.

الطائي، مصطفى حميد، وأبو بكر خير هيلات. (2007). مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، ط1، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.

الطرابيشي، ميرفت، والسيد، عبد العزيز.(2006). نظريات الاتصال، القاهرة: دار الإيمان للطباعة والنشر.

طه، آمال.(1997). دور الصحافة في وضع أولويات اهتمام الشباب نحو القضايا القومية، "رسالة ماجستير غير منشورة"، جامعة القاهرة.

الطوخي، عربي عبد العزيز.(1994). معالجة الصحف المصرية لبعض القضايا السايسية وعلاقتها بالتنشئة السياسية لدى المراهقين، "رسالة ماجستير غير منشورة"، جامعة عين شمس، القاهرة.

الطوخي، عربي عبد العزيز.(2011). المعالجة الاخبارية لإحداث الثورة المصرية في قناتي العربية و BBC دراسة تحليلية، مجلة دراسات تربوية واجتماعية، مصر: مج17، ع2، 391 – 431.

العاقد، أحمد.(2002). تحليل الخطاب الصحافي، ط1، الدار البيضاء: دار الثقافة.

عامر، فتحي حسين.(2013). الخبر الصحفي الإلكتروني، ط1،القاهرة: دار النشر للجامعات .

العبادي، صلاح الدين (2007). الدور السياسي للصحافة الأردنية اليومية (1989 – 2005)، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية: كلية الدراسات العليا / علوم سياسية، الأردن _ عمان.

عبد الباسط، محمد حسن. (1982). أصول البحث الاجتماعي، ط2، القاهرة: مكتبة وهبة.

عبد الباقي، عيسى.(2009). الصحافة والإصلاح السياسي، دراسة في تحليل الخطاب، ط1، القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع .

عبد المجيد، ليلى، سالم، نادية، عبد الرحمن، عواطف. (1982). تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية،(د.ن)،(د.م).

عبد المجيد، ليلى، وعلم الدين، محمود.(2008). فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعه والالكترونية، ط1، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، حسن محمود حسن.(1983). التوثيق، المجله المغربية للتوثيق(تونس): ع 1، 119-121.

عبدالحميد، صلاح.(2013). فن التحرير الصحفي، القاهرة: ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.

عبد الحميد، محمد. (1997). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، القاهرة: عالم الكتب .

عبد الحميد، محمد.(1983). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط1، جدة: دار الشروق للنشر والتوزيع .

عبد العزيز، بركات (2012) مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية ومهارات التطبيق،ط1، القاهرة: دار الكتاب الحديث .

عبد العظيم، زينب (2004). الرؤية الأمريكية للشرق الأوسط الكبير الأبعاد والدوافع وردود الفعل، بحث متقدم إلى مؤتمر الديمقراطية في الوطن العربي – مركز دراسات الدول النامية – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص13-14.

عبد القادر، محمد علاء الدين.(1998). دور الشباب في التنمية، الإسكندرية: دار منشاة المعارف.

عبد اللطيف، عماد. (2012). استراتيجيات الإقناع والتأثير في الخطاب السياسي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

عبد المعطي، طلال.(2002). أبحاث في علم الاجتماع، نظريات ونقد، دمشق: دار هادي للنشر.

عبدالله، محمد قاسم (1999). التنشئة الاجتماعية للتفكير السياسي، لبنان : مجلة الفكر العربي، ، مجلد 20، ع97، 181 – 195.

عبيدات، شفيق.(2003). مسيرة الصحافة الأردنية (1992-2000)، عمان، الأردن: مطبوعات نقابة الصحفيين الأردنيين .

العبيدي، محمد عبدالله علي.(2004). دلالة السياق في القصص القرآنية، اليمن- صنعاء: وزارة الثقافة والسياحة .

العتوم، خضر وائل يوسف. (2013). الإعلام وصياغة الوعي: دراسة ميدانية على طلبة جامعة اليرموك،" رسالة دكتوراه غير منشورة "، الجامعة الأردنية:الأردن.

عرابي، محمود. (2002). تأثير العولمة على ثقافة الشباب، دراسة ميدانية،القاهرة: الدار الثقافية للنشر،

عرام، اسماء محمد مصطفى.(2004). دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات طلاب جامعة جنوب الوادي نحو القضايا السياسية – دراسة تحليلية وميدانية – "رسالة ماجستير غير منشورة"، جامعة جنوب الوادي: القاهرة.

عزعزي، وديع. (2008). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني، دراسة ميدانية – مجلة المصدر لشؤون العصر – اليمن، مج 12 ، ع 31، 5–53.

عكاشة، محمود (2005). لغة الخطاب السلطة الإعلامي: نحو تجديد لغة الخطاب، القاهرة: الاكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي.

عكاشة، محمود (2007). خطاب السلطة الإعلامي: نحو تجديد لغة الخطاب، ط2، القاهرة – مصر: الناشر، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي .

العلاف، بشير. (2010). نظريات الاتصال مدخل متكامل،عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

علم الدين، محمود. (2005). تكنولوجيات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.

علوش، سعيد. (1985). معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة، الدار البيضاء، المغرب.

علي، اسماعيل محمود (2015). الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، الاسكندرية: الناشر، مكتبة الوفاء القانونية .

العلي، سهير.(2015). "الشباب، محور التنمية والتحديث، ولكن"، صحيفة عمون الإلكترونية بتاريخ 27-1-2015، عمان- الأردن.

عمر، السيد أحمد مصطفى. (2002). البحث الإعلامي مفهومه وإجراءاته ومناهجه، ط2،مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، دولة الإمارات العربية المتحدة.

عوض الله، غازي زين. (1996). الأسس الفنية للحديث الصحفي، مصر: مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب.

الغباشي، شعيب.(2013). الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة، ط1، القاهرة:عالم الكتب للنشر.

غيث، محمد عاطف، (2006). قاموس علم الاجتماع، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية للطباعة.

الفارس، مجدي الفارس. (2004): الخصائص النفسية الفارقة والمتعلقة بكثافة التعرض للبرامج التلفزيونية الفضائية لدى الشباب الجامعي، "رسالة ماجستير غير منشورة"، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة .

الفضلي، ماجد، درويش، محمد. (2013). بعض السمات الشخصية المتنبئة بالتوجهات القيمية لدى طلبة الإرشاد النفسي في ضوء تصور روكيش، مجلة رابطة التربية الحديثة، مصر: مج5، ع17، ديسمبر/ أيلول، 13-30.

الفقي، حامد العزيز.(1988). دراسات في سيكولوجيا النمو، ط4، الكويت: دار القلم.

الفوال، نجوى أمين.(1992). الشباب وقضاياه في مصر، دراسة توثيقية، القاهرة: أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا.

فوكو، ميشال (1987) حفريات المعرفة، ترجمة سالم ياقوت، الدار البيضاء: المركز الثقافي العربي.

قانون المطبوعات والنشر الأردني رقم (8) لسنة 1998 وتعديلاته، المادة (2/ج).

القرعان، محمد كامل سليمان.(2010). الصحافة اليومية الأردنية ومسؤولياته، في نشر القيم الوطنية في المجتمع "رسالة ماجستير غير منشورة"، جامعة الشرق الأوسط: الأردن .

القروم، ميساء عبد السلام.(2010). جلالة الملك عبدالله الثاني (الشباب والطموح)، ط1، عمان، الأردن:(د.ن).

القيادة العامة للقوات المسلحة الأردنية، التوجيه المعنوي.(2008). المبادرات والمكارم الملكية لصاحب الجلالة الهاشمية الملك عبدالله الثاني ابن الحسين، منشورات مديرية التوجيه المعنوي: المطابع العسكرية.

كامل، مها محمد.(2000). دور الصحافة المصرية في ترتيب أولويات القضايا الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة تحليلية وميدانية، جامعة جنوب الوادي، مجلة كلية الآداب – سوهاج، ع 23، ج2، 159-188.

كانتريل، البرت ايزفنج كرسبي.(1998). الرأي العام واستطلاعات الرأي والديمقراطية، ترجمة صادق ابراهيم عودة، عمان، الأردن: دار سندباد للنشر.

الكسواني، حنان.(2009). دور الصحافة الأردنية اليومية في التوعية الصحية –تحليل مضمون- "رسالة ماجستير غير منشورة"، جامعة الشرق الأوسط، الأردن .

الكفوي، أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني.(1682-1618هـ) (1993). معجم المصطلحات والفروق اللغوية، تحقيق عدنان درويش. ومحمد المصري،(2001) ط2، دمشق-بيروت:مؤسسة الرسالة، مادة قطب.

اللبان، شريف (2001). تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

اللبان، شريف درويش، والمقصود، هشام عطية (2008). مقدمة في مناهج البحث الإعلامي، ط1، الدار العربية للنشر والتوزيع.

اللبان، شريف. (1994). الطباعة الملونة: مشكلات وتطبيقاتها في الصحافة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع.

المجلس الأعلى للسكان.(2013). التقرير السنوي، الأردن، عمان.

المجلس الأعلى للشباب.(2004). الاستراتيجة الوطنية للشباب،المرحلة الأولى: عمان ، الأردن.

المجلس الأعلى للشباب.(2005). الاستراتيجية الوطنية للشباب،(2005-2009)، المملكة الأردنية الهاشمية.

مجلي، ماهر أبو المعاطي.(2000). الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية في مجال رعاية الشباب، القاهرة: مركز توزيع الكتاب الجامعي، جامعة حلوان.

مدكور، مرعي.(2013). الصحافة: الامكانيات، التجاوزات، الآفاق، ط1، القاهرة: دار النشر للجامعات.

المزاهرة، منال هلال.(2012). نظريات الاتصال، ط1، عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .

المسلمي، ابراهيم عبدالله. (2013). التوثيق الإعلامي، ط1، القاهرة: دار الفكر العربي .

مشاقبة، بسام عبد الرحمن.(2010). مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، عمان – الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع .

المصري، عربي محمد. (2000). الأخبار السلبية في التلفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشعب اللبناني، "رسالة ماجستير غير منشورة"، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

معوض، محمد، وإمام، عبد السلام.(2011). فنون التحرير الصحفي، ط1،القاهرة:دار الكتاب العربي.

مكاوي، حسن عماد (2005). الإعلام ومعالجة الأزمات، القاهر: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

مكاوي، حسن عماد، والعبد، نهى عاطف. (2007). نظريات الاعلام، القاهر: الدار العربية للنشر والتوزيع.

مكاوي، حسن عماد. (2012). نظريات الإعلام، ط2، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع .

مكاوي، عماد، السيد، ليلى.(1998). الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

الموسى، عصام. (2005). الصورة العربية في الصحافة الامريكية، ترجمة محمد راتب البطاينة، عمان: اربد، مكتبة حمادة.

الموسى، عصام.(1998). تطور الصحافة الأردنية (1920- 1997)، عمان، الأردن: الجمعية العلمية الملكية .

مومني، فتحي أيوب.(2011). الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين وأثره على الاستبعاد الاجتماعي (1999-2008)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.

مي بوجراند، روبرت (1998). النص والخطاب والاجراء، ترجمة: تمام حسان، ط1، القاهرة: عالم الكتب.

ميرل، جون، لوينشتاين، رالف (1989). الإعلام وسيلة ورسالة، تعريب د. مساعد خضر العرابي الحارثي، الرياض، دار المريخ.

النابلسي، هناء حسني محمد (2007). دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، دراسة مقارنة على عينة من طلبة الجامعة الأردنية، "رسالة دكتوراه غير منشورة"، الجامعة الأردنية، الأردن.

النجار، سعيد الغريب.(2001). الإخراج الصحفي، ط1، القاهرة: المكتبة الإعلامية.

نصر، حسن محمد وعبد الرحمن، عواطف. (2000). بحوث في الصحافة المعاصرة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع .

نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء.(2005) . الفن الصحفي في عصر المعلومات: تحرير وكتابة التحقيقيات والاحاديث الصحفية،العين: الكتاب الجامعي.

هاوثورن، آمي (2005). الإصلاح السياسي في العالم العربي، تفاعلات جديدة – ترجمة محمد أحمد أبو العزم قرارات استراتيجية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، الأهرام، السنة العاشرة، ع 4، ابريل، 5–7.

الهمداني، خالد (1997). وظائف الصحافة: الأدوار المحددة والتلقائية للصحافة، دراسات يمنية، اليمن: ع 54، 303–346.

الهمداني، خالد (2013). بحث بعنوان وظائف الصحافة في الاقناع والتأثير والتوجيه، وتشكيل الرأي العام في ظل الأنظمة الاجتماعية المختلفة، اليمن: جامعة صنعاء، كلية الآداب، 143–171.

وزارة الإعلام.(1989). الخطة الإعلامية، المملكة الأردنية الهاشمية.

وطفة، علي.(1998). المظاهر الاغترابية في الشخصية العربية، جملة عالم الفكر، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب. مج (37) ع (2)، 241 – 281.

الوفائي، محمد. (1989). مناهج البحث في الدراسات الإجتماعية والإعلامية، ط1، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.

ويمير، روجرز، ودومنيك، جوزيف. (2013). مدخل إلى مناهج البحث، ترجمة صالح أبو أصبح وفاروق منصور، ط1، بيروت: المنظمة العربية للترجمة.

يقطين، سعيد (1997). تحليل الخطاب الروائي، الزمن، العربي التشير، بيروت: ط2، المركز الثقافي العربي.

المراجع الأجنبية:

Atkin, C. K., &Gantz, W. (1978). Television news and political socialization.*Public Opinion Quarterly*, *42*(2), 183-194.

Barry, A. (2003). Les bases théoriques en analyse du Discours. *Les textes de méthodologie*.

Baskette, F. K., &Sissors, J. Z. (1986). *The art of editing*. Macmillan.

Brake, M. (2013). *The Sociology of Youth Culture and Youth* Subcultures *(Routledge Revivals): Sex and Drugs and Rock'n'Roll?*.Routledge.

Breton, P. (2003). L'argumentationdans la communication [Argumentation in communication] (3rd ed.). Paris: La De´couverte.

Boyes, A. (2011). *Neo-Liberal Governance through Toronto Press Discourse on Youth Misconduct* (Doctoral dissertation, University of Ottawa).

Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford university press.

Craig, R. T. (1989). Communication as a practical discipline. In B. Dervin, L.

Gillberg,S,Eyal,C,McCombs,m,Nicholas,D,(1980). The State of the Union Address And the Press Agenda . Journalism&Mass Communication Quarterly,Vol.57,4:pp.584-588.

Endres, K. L. (2004). "Help-Wanted Female": Editor & Publisher Frames a Civil Rights Issue. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *81*(1), 7-21.

Entman, R. M. (2003). Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11. *Political Communication,*VOL *20*(4), 415-432.

Gandy, O. H., Kopp, K., Hands, T., Frazer, K., & Phillips, D. (1997). Race and risk: Factors affecting the framing of stories about inequality, discrimination, and just plain bad luck. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 61, No. 1,pp.158-182.

Ghabour, A. (1990). *The agenda-setting function of Egyptian newspapers,unpublished Master the American Umiversity in Cairo,Department of Journalism and Mass Communication* .

Griffin, E. (2006)). Communication: A first look at communication theory. New York: McGraw-Hill.

Halstead,J,(1996).Values in Education in school, in Halstead,J,andTaylor,London,the famler press.

Human Development Rebort.(2014).United Nations Development Program(UNDP).

James,R .(2002).The impact of the means of communication on the attitudes and behavior of adolescent political, Educational Review,vol,16(11),15-20.

Jaroz,k.(2002).The Effect of local mass media on adolescents,social and cultural socialization.PH.D.,Temple university, Desirtation Abstract International,Vol.45,no.9,Des.

McCombs, M. E. (1992). Explorers and surveyors: Expanding strategies for agenda-setting research. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *69*(4), 813-824.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage publications.

Miller, K. (2004). *Communication theories: Perspectives, processes, and contexts*. McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages.

Potts,R .(2003). Psychology and Mass Media, Third Edition,Harris,co.

Rugh, W. A. (2004). *Arab mass media: Newspapers, radio, and television in Arab politics*. Greenwood publishing group.

Temmerman, M., &Trioen, M. (2009). Idolatry versus authenticity: A lexical and systemic-functional analysis of the coverage of the World Youth Day 2005 in the Flemish press. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, Vol2, No.3, 183-201.

Silverblatt, A., &Zlobin, N. (2004). *International communications: a media literacy approach*. ME Sharpe,vol.82,issue.p.462-465

Sussman, L, R. (1980). Freedom of the Press: Problems in Restructuring the Flow of International News. In Freedom in the World, 1980. Raymond D. Gastil(ed.). New York: Freedom House.

Wanta,W,Stephenson,M,Turk,J,McCombs,M,Journalism&Mass Communication Quarterly,vol.66,3:pp.537-541

Websters: world Dictionary of American Language.(1999). NY: The World Company. P. 169.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2000). Mass media research: An introduction. Wadsworth. Belmont, *CA*.

المواقع الألكترونية

اليونسكو "برنامج الشباب"

www.unesco.orj/youth

المجلس الأعلى للشباب – الأردن -

www.hcy.gov.jo

موقع اكاديمي باللغة الفرنسية

Acade`mique www.sitefredinand

موقع البحث الابداعي

http://www.surveysystem.com/sample-size

صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية

www.kafd.jo

هيئة شباب كلنا الأردن

www.ajyc.jo

ملحق رقم (1)

استمارة تحليل مضمون عينة الدراسة

(ماذا قيل؟)

الصحيفة.......................... / رقم العدد: (   ) / تاريخ العدد: (   )

رقم الصفحة	عنوان الصفحة	مصدر المادة (13-1)	القيم (2-1)	السياقات الفكرية (8-1)	الشخصية الفاعلة (6-1)	الاستمالات (2-1)	هدف المضمون (9-1)	ملاحظات

ملحق رقم(2)

استمارة تحليل شكل عينة الدراسة

(كيف قيل؟)

الصحيفة.......................... / رقم العدد: (   ) / تاريخ العدد: (   )

رقم الصفحة	الفن الصحفي (1-10)	موقع المادة (1-4)	مساحة المادة (1-7)	العناوين (1-6)	الصور (1-4)	الرسوم (1-4)	الألوان (1-2)	الملاحظات

ملحق رقم (3)

التعريفات المنهجية والإجرائية لفئات تحليل المضمون

فئات تحليل المضمون:

الفئـــات لغـــة: مفردهــا فئــة، وتعنــي الجماعــة أو الفرقــة مــن النــاس، والجمــع فئــات أو فئُون (لسان العرب ،2003، 145).

الفئات اصطلاحاً: هي التصنيفات أو الفصائل التي يقوم الباحث بإعدادها طبقًا لنوعية المضمون ومحتواه وهدف التحليل؛ لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بدقة وشمول، ولا توجد فئات نمطية جاهزة للاستخدام في كافة البحوث، وتحديد الفئات هي النقطة الأساسية التي تتوقف عليها نتائج الدراسة (عبد العزيز ،2011، 259-260).

الفئات إجرائيًا: ويقصد بها التصنيفات التي اعتمدتها الدراسة استنادًا إلى طبيعة موضوع الدراسة وأهدافها، كوسيلة يُعتمد عليها في التحليل الكمي.

وقد تم تحديد الفئات بعد قراءة 10% من الصحف اليومية الثلاث (الراي، والغد، والسبيل) من خارج عينة الدراسة، كما تم وضع التعريفات الاصطلاحية والإجرائية لكل فئة من فئات تحليل المضمون، حتى يسهل تحديدها وعدها وضبط قياسها، وإحكام عملية تحليل المضمون للوصول إلى الإجابة عن اسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها.

وهناك العديد من التعريفات التي وردت حول تحليل المضمون فقد عرفه **واليزر ووانير** "Walizer and wiener" (1978) بأنه أي إجراء منتظم يستخدم مضمون معلومات مسجلة.

و**عرفه كريبندورف** "Kripendorf"(2004) بأنه تقنية بحثية من أجل صُنع مراجع صحيحة قابلة للتكرار، وصحيحة البيانات بالرجوع إلى سياقها (نقلاً ويمر ،وروجر، 2013، 279).

وفيما يتعلق بهذه الدراسة فقد تم تحديد ثلاث عشرة فئة يقوم على أساسها التحليل الكمي النوعي لكافة المواد الصحفية المنشورة في إعداد الصحف الأردنية (الرأي، والغد، والسبيل) موضوع البحث.

وقسمت فئات الدراسة إلى فئتين، الأولى للإجابة عن سؤال ماذا قيل؟ والثانية للإجابة عن سؤال كيف قيل؟ (عمر، 2003، 238).

- **فئات التحليل (ماذا قيل)؟**

تتناول هذه الفئة مادة المضمون التي يمكن أن تستخرجها الدراسة من مضامين الرسالة الإعلامية ليتم تحليلها ودراستها، وقد اعتمدت هذه الدراسة على عدة أنواع من تلك الفئات وهي: فئة القيم والسياقات الفكرية، والشخصية الفاعلة، والاستمالات الاقناعية ومصدر المضمون وأهدافه.

وأشار (عبد العزيز،2011، 315) إلى أن تحليل السياق يرتكز على الفهم الكامل للخطاب الإعلامي في إطار المكان والزمان الذي أنتج فيه، والظروف المجتمعية بأبعادها المختلفة كالواقع الاجتماعي، والسياسي والاقتصادي، والثقافي والأمني والفرص والتحديات. وتندرج تحت فئات ماذا قيل الفئات الآتية:

أولاً: فئة السياقات الفكري:

ويقصد **بالسياق الفكري** اصطلاحًا: بإنه الدلالة الفكرية الحاصلة من مراعاة ما يحيط باللفظ أو التركيب أو النص من كلام سابق ولاحق قد يشكل النص كله أو الكتاب بأسره، وما يحيط به من ملابسات غير لفظية، أو ظروف تتعلق بالمخاطِب أو المخَاطَب وطبيعة موضوع الخطاب (العبيدي، 2004، 33-35).

إجرائياً: نقصد بفئة السياقات الفكرية، نوع المضامين الفكرية التي تناولها محتوى الرسالة الإعلامية التي تعالج موضوع الشباب، وتفيد هذه الفئات في الكشف عن مقدار اهتمام الوسيلة الإعلامية بنوع مضامين الرسالة الإعلامية، وكانت المضامين الفكرية لهذه الدراسة على النحو الآتي:

1. **السياقات السياسية:** ويقصد بها ما ارتبط بالشباب من موضوعات سياسية أبرزتها الرسالة الإعلامية وعالجتها نتيجة التركيز عليها من خلال الخطاب السياسي للملك عبدالله الثاني ابن الحسين، للتأثير في الرأي العام مثل: التنمية السياسية، والإصلاحات السياسية، والمشاركة السياسية، الديمقراطية والتعددية والوحدة الوطنية.
2. **السياقات الاقتصادية:** ويقصد بها ما ارتبط بالشباب من موضوعات اقتصادية أبرزتها الرسالة الإعلامية وعالجتها نتيجة التركيز عليها من خلال الخطاب السياسي، مثل: توفير فرص العمل، ومعالجة الفقر والبطالة، ورفع مستوى المعيشة، والمشاركة بمسيرة التنمية.
3. **السياقات الاجتماعية:** ويقصد بها ما ارتبط بالشباب من موضوعات اجتماعية أبرزتها الرسالة الإعلامية وعالجتها نتيجة التركيز عليها من خلال الخطاب السياسي مثل: المسؤوليات والتحديات، وتعزيز آليات التواصل، وظاهرة العنف، والوعي بأهمية التغيير، والتعامل مع المجتمع ومشكلاته، وحقوق الإنسان، والرعاية والوعي الصحي، ومكافحة الفساد.
4. **السياقات الثقافية والتربوية:** ويقصد بها ما ارتبط بالشباب من موضوعات ثقافية وتربوية أبرزتها الرسالة الإعلامية وعالجتها نتيجة التركيز عليها من خلال الخطاب السياسي، للتأثير والتوجيه والتثقيف والتوعية ومثال ذلك: الثقافة الوطنية، وثقافة الحوار الواعي، والتعليم والتدريب، وتغيير النظرة للعمل والوظيفة، والتعليم النوعي، وبناء الخبرات والمهارات، وبناء القادة.

5. **السياقات التطوعية:** ويقصد بها ما ارتبط بالشباب من موضوعات تطوعية أبرزتها الرسالة الإعلامية وعالجتها نتيجة التركيز عليها من خلال الخطاب السياسي، بهدف التأثير والتوعية مثال: دعم الهيئات والمؤسسات الشبابية، وترسيخ ثقافة العمل التطوعي، والمسؤولية الاجتماعية، والرياضة والشباب.
6. **السياقات الدينية:** ويقصد بها ما ارتبط بالشباب من موضوعات دينية أبرزتها الرسالة الإعلامية وعالجتها نتيجة التركيز عليها من خلال الخطاب السياسي، مثل: التعاليم الاسلامية السمحة، والوعي الديني المعتدل، ونبذ التطرف والارهاب.
7. **السياقات الإستراتيجية:** ويقصد بها ما ارتبط بالشباب من مضامين تخطيطية مدروسة وطويلة المدى تم إبرازها من خلال الرسالة الإعلامية ومعالجتها نتيجة التركيز عليها من خلال الخطاب السياسي، بهدف تحقيق أهداف كبرى لدى الشباب في مختلف المجالات، ومثال ذلك: المشاركة في صنع القرار، وسياسات النهوض بالشباب، ودور المؤسسة العسكرية في التدريب وخفض البطالة، والاستراتيجية الإعلامية.
8. **سياقات أخرى:** أي موضوعات أخرى ارتبطت بالشباب في الرسالة الإعلامية ولم يتم تصنيفها وفق السياقات المذكورة آنفًا.

ثانياً: فئة المصدر الصحفي:

المصدر إصطلاحًا: الأشخاص والمؤسسات ووسائل الإعلام المختلفة التي تحصل الوسيلة الإعلامية على الأخبار منها، وتتعدد تقسيمات مصادر الخبر، فمنها مصادر صانعة وأخرى ناقلة للخبر، وهناك من قسمها إلى مصادر ذاتية وخارجية (نصر، 2004، 91).

وذكر (عامر، 2013، 62) أنه كلما زادت نسبة المصادر عند صحيفة معينة زادت فرصتها في تقديم خدمة إخبارية جيدة ومؤثرة للقارئ، وهذا ما يميز في وقتنا الحاضر بين صحيفة ناجحة وأخرى فاشلة.

إجرائيًا: يقصد بها الجهة أو الجهات التي تزود الصحيفة بمضامين أخبار، أو موضوعات، أو قضايا، أو مشكلات متعلقة بالشباب، وقد حددتها الدراسة بالمصادر الآتية:

1.**المحرر الصحفي: اصطلاحًا:** هو الصحفي المسؤول عن جلب الخبر في دائرة عمله من خلال المندوب المعني، ويقوم بتقييمه ودراسته ومعرفة الجوانب المهمة التي لا بد من إبرازها، ويمكن ان يقوم بإعادة صياغة الخبر بوضوح وموضوعية (خليفة،1980 ،101).

إجرائيًا: وهو الصحفي التي تتلخص مهمته في ترتيب المقالة وتشكيلها ومراجعة نصوصها وفحصها وإجراء أي تعديلات عليها يراها مناسبة عليها، وكتابة العنوان، وافتتاحية الصحيفة، وأحيانًا كتابة التعليق على الصور. وفي هذه الدراسة يقصد به المحرر لافتتاحية الصحف عينة الدراسة، أو أي مقالة صدرت باسم "محرر صحفي".

2. **مراسل الصحيفة أو المخبر الصحفي:** وهو الصحفي الذي يعمل لحساب الصحيفة سواء من داخل الدولة أو خارجها، وسواء أكان يعمل لحساب الصحيفة أم لأكثر من وسيلة إعلامية، ويعمل على نقل الخبر من خلال الكتابة بوصف دقيق وعميق وبلغة سهلة (الحسن،2011،32-31).

3. **المندوب الصحفي:** وهو من العناصر المهمة في الكادر الصحفي من حيث جمع الأخبار، ووظيفته تنحصر في الذهاب إلى مسرح الحياة والحصول بنفسه على المعلومات التي يتكون منها النبأ الذي يهم القراء والعودة وتسليمها إلى مقر الصحيفة لتحريرها

وتنفيذها، أي هو الذي يغذي الصحيفة بأهم الأخبار، ويكون له الفضل في أي خبر له سبق صحفي"(معوض وإمام،2011،249).

إجرائيًا: الأشخاص الذين تستعين بهم الصحف الاخبارية، لتغطية الأخبار اليومية بشكل متكامل وشامل من جميع أنحاء المملكة أو من المؤسسات ذات الاهتمام بقضايا الشباب، ويتولى عمل تقرير واضح موجز حول قضية أو نشاط ما؛ لذا فالعديد من الأخبار في الصحف الأردنية مثلًا: تحمل مصدر "مندوب الرأي _ الكرك" .

4. **وكالة الأنباء الأردنية (بترا):** ويقصد بها الأخبار والتعليقات التي تصدر عن وكالة الأنباء الأردنية الرسمية، وتنشرها الصحف كافة، ويتم تذييلها باسم "وكالة بترا" وهي وسيلة إعلامية مزودة بالأخبار الفورية لأغلب الصحف الأردنية.

5. **كاتب صحفي:** وهو الكاتب الذي تخُصص له زاوية أو عمود من الأعمدة الصحفية المخصصة لكتاب الأعمدة والمعلقين والمفسرين؛ إذ تستعين به الصحيفة لتقديم الكتابة في بعض القضايا التي تتوافق وسياستها ، أو تفسير وتحليل بعض القضايا التي تقع ضمن اختصاص الكاتب (الحتو،2012 ،258).

6. **وكالات الأنباء العربية.**

7. **وكالات الأنباء العالمية.**

ويعّرف (أبو عرجة،1990،67) وكالات الأنباء بأنها وسائل إعلامية غير مباشرة تصل إلى الجمهور من خلال وسائل إعلامية جماهيرية معروفة، كالصحافة المكتوبة أو المرئية أو المسموعة، وهي المصدر الرئيس الذي تعتمد عليه وسائل الإعلام، وتقتبس منه الأخبار

والمعلومات، أي هي الممون الرئيسي لهذه الوسائل بالمادة الإخبارية على اختلاف أنواعها وأشكالها.

وإجرائيًا: هي الوكالات التي تعتمد عليها الصحف عينة الدراسة في نقلها للخبر سواء كانت وكالات أنباء عربية من مثل: وكالة أنباء الشرق الأوسط، وكالة الأنباء القطرية، أو وكالات الأنباء العالمية من مثل: وكالة الاسوشيتد برس الأمريكية، أو رويترز الأمريكية...

8.الإذاعات: التي تكون في بعض الأحيان مصدرًا لأخبار الصحف. حيث لا غنى لوسائل نشر الصحفية من التعاون مع الوسائل الأخرى المرئية في تغطيتها للأحداث الجارية واليومية، من أجل إفادة القارئ والمشاهد في آن واحد.

9. مراسل الصحيفة ومصدر آخر كوكالة أو صحيفة أخرى: أي مراسل الصحيفة نفسها، ينقل الخبر من مصدر صحفي آخر سواء أردني، أو عربي، أو دولي.

10. الصحيفة بدون مراسل، أي الأخبار والتعليقات، والتقارير، التي تقوم الصحيفة نفسها بنشرها، وتروس باسمها "الرأي– الأردنية".

11. دون تحديد مصدر، هي المواد الصحفية التي لا يكون لها مصدر، فتنشر كخبر من دون مصدر.

12. الشباب: كأن يكون مصدر الأخبار المتعلقة بالشباب، الشباب أنفسهم وخصوصًا في الصحف التي تصدر ملحقًا للشباب.

13. الصحيفة دون مراسل مثال: "السبيل"

ثالثاً: فئة القيم: ويقصد بالقيم مجموعة من المعايير تكون بمثابة موجهات للمحكمْ تؤثر في سلوكيات الأفراد، وتتمثل في اتجاهاتهم (الشريدة غرايبة، 1994، 153).

ويعرف (Halstead, 1995,5) القيم بأنها المبادئ والمعتقدات الأساسية، والمثل، والقيم، والمقاييس، أو أنماط الحياة التي تعمل مرشدًا للسلوك، أو نقاط التفضيل في صنع القرار أو لتقويم المعتقدات بالأفعال التي ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالسمو الخلقي والذاتي للأشخاص.

إجرائيًا: القيم هي مجموعة الأعراف والقواعد التي حددها الخطاب السياسي وأبرزتها الرسالة الإعلامية للجمهور، بهدف التأثير والتوجيه والتوعية، من أجل خلق مواطنين صالحين واعين بحقوقهم وواجباتهم، مضطلعين بالأمور المعقودة عليهم تجاه وطنهم بوعي من خلال التفاعل الإيجابي مع هذه القيم.

وقد تعددت تصنيفات القيم كمفهوم ونظرية ومنظومة، واعتمدت الدراسة تصنيف روكيش للقيم*[1] "Rokeach" الذي يرى أن القيم تؤثر في كل من الاتجاهات، والتوقعات، والاحتياجات، والدوافع، وهي تتشكل في ضوء الخبرة التي يكتسبها الفرد من خلال الاحتكاك بوالديه، وأصدقائه، ومن خلال الجماعات المرجعية التي يتصل بها، والتنظيمات الدينية، ووسائل الاتصال، ومن خلال المواقف الثقافية المتباينة في إطار التنظيمات الاجتماعية (نقلاً عن إبراهيم، 2009،419).

وقسم تصنيف روكيش القيم إلى فئتين:

أولاً: القيم الغائية Termine Value وتتكون من ثماني عشرة قيمة وتحتوي على فرعين هما: القيم الخاصة بالشخص وتدور حول الذات، والقيم الخاصة بالعلاقات بين الأشخاص أو المجتمع.

ثانيًا: القيم الوسيلية Instrumental وتحتوي على فرعين هما: القيم الأخلاقية، وقيم الاقتدار والكفاءة. وتتكون من ثماني عشرة قيمة. ويرى روكيش أن عدد القيم الغائية ليس بالضرورة أن يماثل عدد القيم الوسيلية علاوة على العلاقة بينهما (نقلاً عن الفضلي ومحمد،2013،13-14).

1- *أكثر مقاييس القيم شيوعًا واستخدامًا في المجالات التربوية والنفسية (سعادة وعبد الغني وزيادة:2007،46).

وقد تم تحديد القيم في هذه الدراسة حسب تصنيف روكيش، واعتمدت الدراسة من هذا التصنيف سبعة عشرة قيمة، منها(9) غائية وهي: السلام العالمي، العدالة والمساواة وتكافؤ الفرص، والأمن والاستقرار، وصون الحريات، واحترام الذات والآخر، والحكمة، والتضحية في سبيل الوطن، والاستقلالية. وأخرى وسيلية وهي: الطموح والإنجاز، والتمكين والتحصين، والمبادرة، وتحمل المسؤولية، والانتماء والولاء، والاعتدال، والمواطنة والصالحة، والتسامح.

وأضافت الدراسة اثنتي عشرة قيمة أخرى على المقياس نفسه وهي قيم غائية (العمل الجاد، والتغيير والإصلاح، وبناء مستقبل الوطن، والمسالة والمحسوبية، والنزاهة والشفافية، والهوية الوطنية)، والقيم الوسيلية وهي:(العمل بروح الفريق، وصقل المهارات، والإرادة والتصميم، والأمل والتفاؤل، والابداع والتميز، والتحفيز) وتم الاستدلال عليها من خلال المضمون.

رابعًا: فئة أهداف المضمون:

اصطلاحًا: يقصد بها الأهداف التي تسعى مضامين الرسالة الإعلامية لتحقيقها سواءً بشكل محدد مباشر أو ضمني (عبد المجيد،1982،171).

وعرفها (الوفائي،1989،159) بأنها الأهداف التي يسعى الكاتب أو القائم بالاتصال إلى بثها.

إجرائيًا: ويقصد بها الغاية أو الغايات التي تسعي الصحافة إلى إيصالها إلى الجمهور المستهدف، في معالجتها لموضوعات الشباب لإبراز ما ورد في الخطاب السياسي من أهداف متعددة تربوية، وتثقيفية وتوجيهية، واعتمدت الدراسة الأهداف الآتية:

1. الإعلام والإخبار: وتعني الإخبار عن كل ما تناولِته الصحافة حول موضوعات الشباب من فعاليات ولقاءات وإنجازات، وسياسات مستقبلية.

2. التوعية: وتعني التوعية والتوجيه للشباب نحو الاهتمام بموضوعات ما، وتجنب موضوعاتٍ أخرى.

3.التثقيف. وتعني الهدف التثقيفي لما تناولته أخبار الصحافة من موضوعات وقضايا تدور حول محور الشباب.

4.التحفيز أي التشجيع لفئة الشباب من خلال إطلاق المبادرات، والتكريم لتحفيز الشباب على التفاعل والعطاء والإبداع.

5.التأثير في الرأي العام، من خلال استخدام الرسائل الإعلامية المؤثرة والمتضمنة الشعارات.

6.إبداء الرأي حول أي من الموضوعات والقضايا المتعلقة بفئة الشباب.

7.حل مشكلات: وهي الأهداف التي تنظر الصحافة من خلالها إلى تقديم معالجة أو حلول جذرية لمشكلة ما، أو التوقف، واتخاذ القرار المناسب بشأنها.

8.اكثر من هدف: ارتباط الرسالة الموجهة للشباب بأكثر من هدف من الأهداف التي تم ذكرها في البنود السابقة.

9.أهداف أخرى– أي أهداف أخرى قدمتها الرسالة الإعلامية ولم يرد ذكرها في فئة الأهداف.

خامسًا: فئة الشخصية الفاعلة:

وتعني الشخصية الفاعلة التي تعكسها الرسالة الإعلامية في معالجتها لموضوعات الشباب، وأشار (عبد العزيز:262،2011) إلى أن فئات الشخصية يمكن تقسيمها إلى فئات فرعية أصغر، رؤساء دول، ورؤساء حكومات، ووزراء، وسفراء، وخبراء ومدراء، وقيادات شعبية.. إلخ. وإجرائيًا يقصد بها فئة الشخصية التي ابرزتها الصحافة في معالجتها لمحور الشباب من خلال موادها التحريرية، وفي هذه الدراسة تمثلت بالآتي:

1. الشخصيات الأردنية الرسمية (رؤساء حكومات، ووزراء، وخبراء، وقيادات شعبية).

2. هيئات ومؤسسات شبابية محلية، وهي التي تُعنى بفئة الشباب مثل: المجلس الأعلى للشباب، وهيئة شباب كلنا الأردن، وصندوق الملك عبدالله للتنمية والتشغيل، وجمعيات، منتديات.

3. هيئات وشخصيات دولية، وتقصد بها الدراسة أية فئة من الشخصيات والهيئات والمؤسسات الدولية المهتمة بموضوعات الشباب، مثل مؤسسة USAID للتنمية الدولية، المنتدى العالمي للشباب، مجلس التنمية العربي للتنمية، UNDP للبرامج الإنمائية، أمين عام الأمم المتحدة لشؤون الشباب... .

4. الشخصيات الصحفية: ويقصد بهم جميع الشخصيات الصحفية التي عالجت محور الشباب من كتاب، ومندوبين، ومراسلين، ومحررين....

5. الشباب. الذين كانوا فاعلين في تناول الموضوعات والقضايا التي تلبي متطلباتهم واحتياجاتهم.

6. شخصيات أخرى – أية فئة فاعلة تناولت محور الشباب بالحوار والنقاش والطرح، سواءَ كانت شخصية أو مؤسسية لم يرد ذكرها في فئة الشخصية الفاعلة.

سادسًا: فئة الاستمالات:

تعريف الاستمالة اصطلاحًا: هي العملية التي تقوم بها وسائل الاتصال للتأثير في الآخرين عن طريق استخدام مختلف الأدلة والشواهد، والأمثلة، والبراهين، والميول، لتقبل ما تقدمه من أفكار وآراء، والقيام بعمل معين أو تكوين اتجاهات محددة، ولكل وسيلة اتصال مقدرة استمالية تزيد أو

تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، وتختلف الاستعمالات حسب الموضوع الذي يتم تناوله، وفقاً لنوع الجمهور الذي توجه له (حجاب،2004،53).

إجرائيًا: هي الأساليب التي قدمت بها الصحافة مضمون المادة التحريرية الصحفية، المتعلقة بالشباب باستخدام أساليب إقناعيه بهدف التأثير في قناعة الجمهور المستقبل للرسالة، بتقديم الكلمات، والجمل، والعبارات والأمثلة والحجج، والبراهين، والإحصائيات الرقمية، التي تؤيد وجهة نظر المرسِل، والمساهمة في ربط هذه الرسالة بقضايا، الشباب ومتطلباتهم وحاجاتهم الحالية والمستقبلية.

ويحدد (مكاوي والعبد،2007،311) عدة أنواع من الاستعمالات الإقطاعية المستخدمة في الرسالة الإقناعية، منها:

1. الاستمالات العقلانية:

- وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي بتقديم: الحجج والشواهد والأدلة والأمثلة، والتكرار، وعرض الجانب المؤيد والمعارض، وتقديم الأرقام والإحصائيات.

2. الاستمالات العاطفية: وتهدف إلى التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته، ومخاطبة حواسه، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، وهذا النوع يعتمد على استخدام الرموز المرتبطة بالتجارب الإنسانية التي تكون مستقاة من الثقافة السائدة، والتراث الشعبي، والقيم الإنسانية والدينية، وكذلك الأساليب اللغوية مثل: التشبيه أو الاستعارة، والكفاية المستخدمة للسخرية والاستنكار، واستخدام معاني التوكيد، وهي عبارات وألفاظ تشديد المعنى مثل: مجدية، بشدة، بقوة، بحزم.

فئات تحليل كيف قيل؟

وتندرج تحت فئة كيف قيل الفئات الآتية:

أولًا: فئة الأشكال والفنون الصحفية.

اصطلاحًا: "يقصد بالفنون الصحفية الأشكال التي تقدمها المادة الإعلامية عند تقديمها للجمهور من حيث التنوع، وتستخدم هذه الفئة للتمييز بين الأشكال المختلفة وفق أسس عدة" (نصر،2004،36).

وكما يعرفها(خضور،2004 ،10) "بإنها الأشكال أو الصيغ التعبيرية لها بنية داخلية متماسكة، ولها طابع الثبات والاستمرارية، تعكس الواقع بشكل مباشر وواضح وسهل، وبقدر متفاوت من الشمولية والعمق، فتسعى إلى تقديم التفسير والتحليل للأحداث، والظواهر، والتطورات لإيصال رسالة محددة إلى القارئ.

إجرائيًا: ويقصد بها الأشكال أو القوالب الصحفية التي استخدمتها الصحافة الأردنية في معالجة موضوعات الشباب من خلال موادها التحريرية، والتي تجيب عن سؤال: كيف قيل؟ وقد قسمت الدراسة أنواع الفنون الصحفية في هذه الفئة، وتعريفها على النحو الآتي:

1. **الخبر الصحفي:**

يعرف الخبر "بأنه وصف موضوعي، ودقيق بلغة سهلة واضحة، وعبارات قصيرة للوقائع والتفاصيل، والأسباب، والنتائج المتاحة لحدث ما أو رأي، أو موقف، أو فكرة، أو قضية، أو نشاط هام متصل بالمجتمع المحلي"(ساعد،2012،49-51).

2. العمود الصحفي: اصطلاحًا: هو مساحة محدودة من الصحيفة يتم وضعها تحت تصرف أحد كبار الكتاب، يعبر من خلاله عما يراه من آراء أو أفكار أو انطباعات شخصية فيما يراه من قضايا وموضوعات، ومشاكل، وبالأسلوب الذي يرتضيه، وغالبًا ما يمثل مكاناً ثابتاً لا يتغير على

إحدى صفحات الجريدة، وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر في موعد ثابت، ويحمل توقيع كاتبه (عبد الحميد،2013،128).

3.التقرير الصحفي: اصطلاحًا: يعرف التقرير "بأنه عبارة عن نقل أو تقديم حدث أو واقعة من خلال منظور ذاتي وشرط أساسي أن يكون الصحفي شاهدَ عيان للحدث، وهو نوع إخباري تُشكل فيه المعلومات العنصر الحاسم والمحدد" (خضور، 1986، 35).

4. التحقيق الصحفي:

ويقصد به الشرح والتفسير والبحث عن الأسباب والعوامل التي تكمن وراء الخبر، أو القضية أو الظاهرة، أو المشكلة التي يدور حولها التحقيق وتتطلب من الصحفي تقديم معالجة لها، فهو أقرب إلى المنهج العلمي، ويرافق التحقيق الكلمة والمواد المصورة (صور، رسوم، أشكال توضيحية) وقد يعتمد على المادة المصورة، وتكون الكلمة المكتوبة فيه عاملًا مساعدًا (عبد الحميد،2013،-144 139).

5.المقال الافتتاحي:

ويعرف بأنه "تعبير موضوعي عن رأي الصحيفة تدعمه الحقائق، والأدلة، والإحصائيات، في أهم أحداث اليوم التي تمس مصالح أكبر عدد من القراء، وتثير اهتمامهم وتدفعهم إلى العمل على تنمية المجتمع وترقيته" (حجاب: 2004، 517).

6.المقال الصحفي: يُعرف "بأنه فكرة يتلقفها الكاتب من البيئة المحيطة به ويتأثر بها، ويعبر عنها بطريقته، فهي قطعة نثرية معتدلة الطول تعالج موضوعًا معالجة سريعة من وجهة نظر كاتبها" (شهاب، 2012، 21-24).

7. **الحديث الصحفي:** موضوعه الظاهرة، ومادته الحوار الذي يجريه الصحفي مع شخصية بارزة ومتميزة، أو محط اهتمام الرأي العام، ووظيفته الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتثقيف وتعميق الوعي نحو الظاهرة، والحصول على معلومات جديدة حولها، أو شرح وجهة نظر معينة، وعادة ما يكون القارئ المتابع له قارئ نخبوي (عوض الله،1996، 9).

ويعرف أيضًا "بأنه فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وهو حوار يستهدف الحصول على أخبار ومعلومات جديدة أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب غريبة أو مسلية في حياة هذه الشخصية" (أبو زيد،1983، 13).

8.**التحليل الصحفي:** هذا النوع من الفنون الصحفية يشمل الكتابة المقالية التي يتناولها الصحفيون المتمرسون، وهو عبارة عن تفسير للأحداث أو المواقف، يحشد فيه الكاتب قدرًا مهمًا من المعلومات والوثائق الرقمية (أبو عرجة،2010، 141). وهو من أبرز الفنون الصحفية وأكثرها تاثيرًا، ويمتد أثرها إلى مدة أطول، وهو يقوم على التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر المختلفة التي تشغل الرأي العام بالعرض والمناقشة، وما يميزه عن المقال الافتتاحي أنه لا علاقة له بسياسة الصحيفة، وغير مرتبط بمساحة ومكان وكاتب محدد كما في المقال الافتتاحي(الجبار،2011،162).

9. **الكاريكاتير:**

اصطلاحًا: هو مصطلح يعود مصدره إلى كلمة ايطالية يقصد بها: إبراز المعالم، أو الصفات الظاهرة بصورة مبالغة ساخرة (السالم، 2013، 29). واجرائيًا: ترى الدراسة أن الكاريكاتير هو فن تشكيلي، يحمل صفة السخرية والنقد، والمكان الأساس لالتقاء الرسم الكاريكاتيري بالمشاهد هو

الصحافة بمختلف أنواعها، ويمكن التأكيد أن لفن الكاريكاتير هوية ثنائية تشكيلية صحفية مؤثرة في شد القارئ.

10. **فنون أخرى:** أي فنون صحفية وردت في معالجة موضوعات الشباب ولم ترد في فئات التحليل.

ثانيًا: وسائل الإبراز الصحفية (العناصر التيبوغرافية):

تتكون الصحيفة من عدة عناصر مقروءة، تشترك جميعها في تشكيل الهيكل التيبوغرافي البنائي للصحيفة، وهي جزءً من مفهوم العملية الإخراجية للصحيفة، ويرى أحمد الصاوي "أن الإخراج بمفهومه الواسع والشامل يُعنى بتنويع الوحدات التيبوغرافية التي تتعلق مهمتها بالشكل المادي من حيث المساحة والترتيب والتنسيق فوق حيز الصفحة، واجتياز هذه الوحدات وإبرازها وفقاً لخطة معينة تعمل على تكوين شخصية الصحيفة، ورسم ملامحها في أذهان القراء" (نقلًا عن الحديدي: 2006، 13).

إجرائيًا: يقصد بها أساليب ووسائل الإبراز المصاحبة لمضمون المادة الصحفية التي عالجت موضوعات الشباب. وقد تناولت الدراسة عناصر الإبراز الصحفية الآتية:

1. **فئة موقع النشر:** وتعد فئة الموقع من الفئات التي تساعد في التعرف على الأهمية التي توليها الصحافة للموضوعات الخاضعة للتحليل (بد: 1992، 141).

وإجرائيًا: يقصد بها موقع أو مكان نشر المادة الصحفية التي عالجت محور الشباب في الصحافة الأردنية، وقد حددت الدراسة هذه المواقع بالآتي:

1-1 الصفحة الأولى: وهي الصفحة التي تمثل بوابة الدخول إلى الموضوعات الصحفية، وتنشر من خلالها أبرز الموضوعات والقضايا السياسية والاقتصادية وأهمها، الجارية على الساحتين المحلية والدولية.

1-2 الصفحة الداخلية: وهي الصفحات التي تلي الصفحة الأولى مباشرة، وتنتهي قبل الصفحة الأخيرة، وتحتوي على طيفٍ واسع من الأشكال الصحفية، والموضوعات المحلية والدولية، إلى جانب تتمة الصفحة الأولى.

1-3 الصفحة الأخيرة: وهي آخر صفحة، وعادة تشمل المقالات الساخرة أو النقدية أحيانًا، إلى جانب الموضوعات والأخبار الاجتماعية الغريبة والمثيرة، سواءً المحلية أو الدولية.

1-4 الملاحق.

2. فئة مساحة النشر:

إجرائيًا: هي الحيز المكاني الذي تشغله المادة التحريرية في الصحف عينة الدراسة في معالجة محور الشباب، والتي يتم من خلالها استكتاب الكُتاب والمتخصصين في قضايا الشباب وموضوعاتهم. وحددت الدراسة وحدة قياس المساحة على النحو الآتي:

2-1 أقل من 50 سم.

2-2 عمود.

2-3 ربع صفحة.

2-4 نصف صفحة فأكثر.

2-5 صفحة.

2-6 صفحتان.

2-7 ما تجاوز صفحتين.

3.فئـــة العنـــوان: اصـطلاحا: هــي الهاديــات والمفــاتيح المســاعدة فــي فهـم الخبـر الصـحفي وإدراكـه، وتقـوم بعـدة وظـائف، مـن أهمهـا جـذب القـارىء ومسـاعدته علـى فهـم محتـوى الخبـر، ومســاعدة الصـــحيفة فـــي تكـــوين شخصـــية خاصـــة بهـــا، فهـــي عنصـــر تيبـــوغرافي بارز (Baskette,1986,166).

إجرائيًا: يقصد بها العناوين التي تتقدم المواد التحريرية المنشورة في الصحف عينة الدراسة، والمتصلة بها، وترتبط بها ارتباطًا وثيقًا، وتدل على مضامينها وتعبر عنها، وذلك لتحقيق بعض الوظائف المرتبطة بإبراز الموضوعات التي تندرج ضمنها وشرحها، واشتملت العناوين على الفئات الآتية:

3-1 عنوان الصحفة الأولى: إجرائيًا، وهو العنوان الذي يعتبر أهم وأبرز عنوان، كونه يتصدر وجه الصحيفة.

3-2 العنوان الرئيس.... الثانوي: وهو عبارة عن السطور الرئيسة للعنوان التي تشير إلى مضمون الخبر، أو العنصر الرئيس فيه، ويحمل الفكرة الرئيسية والأهم في الموضوع (النجار، 2001، 115).

3-3 العنوان التمهيدي: وهو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيس، ويمهد له ويتكون في الغالب من كلمة أوكلمتين، وعادة ما يُجمع بحجم أصغر من الحجم المجموع به العنوان الرئيس (النجار: المصدر نفسه، 116).

3-4 العنوان الفرعي: وهو العنوان الذي يحمل فكرة أو صفة جديدة معززة للعنوان الرئيس، فيما يكون العنوان الرئيس غير كافٍ للتعبير (ربيع،2005، 147).

5-3 العنوان الجانبي: وهو عبارة عن مقدمة صغيرة للعنوان تتألف من جملة واحدة أو بضع كلمات تعلو الفقرة الرئيسة من العنوان، ولا بد أن يكون متباينًا وواضحًا من حيث نوع الخط وحجمه الرقمي، وهناك من أطلق عليه موجز الخبر، وفي الأغلب يحتل الجانب الأيمن، أو وسط العمود الخبري بترك بياض على جانبيه بغرض إبرازه (الصقر،2008، 67-68).

6-3 أخرى: أي فئة أخرى للعناوين لم يرد ذكرها في استمارة التحليل.

4. فئة الصور:

إجرائيًا: يقصد بها فئة الصور التي استخدمتها الصحافة الأردنية لمعالجة موضوعات الشباب والتعبير عنها – والصور كما ذكر (الحديدي، مصدر سابق،125) تتحدد قيمتها بقدرتها على كيفية إحداث الاستجابة المؤثرة لدى المتلقي، كما تتحدد بأهمية الشخصية التي تتحدث عنها الصورة، وطبيعة الحدث الذي تنقله لشد انتباه القارئ، واعتمدت الدراسة في تحليلها ثلاثة أنواع من الصور، وهي:

1-4 الصورة الإخبارية: "وهي الصورة المستقلة بنفسها كموضوع متكامل، وتروي خبراً، أو حدثاً هامًا بتفصيلاتها وبما يصاحبها من سطور قليلة، أي قد تكون صورة تبين موضوع الحدث، أو صورة ملتقطة لشخصية مع خبر سريع (بورتريه)، وعادة ما تكون بحجم كبير تتصدر الصفحة الأولى للإخبار"(الراتب،2011، 95).

2-4 الصورة الشخصية: وهي الصورة التي تصاحب الموضوع الصحفي تمثل شخصية محور الموضوع، وملامح الشخصية قد تكون مهمةً أو غير مهمةٍ (البطل،2011، 140).

4-3 الصورة الموضوعية: وهي الصور التي تهدف إلى نقل، أو توصيل أو مصاحبة مضمون معين عن أحداث، أو وقائع أي نشاط إنساني، أو تفسير صورة الموضوع الصحفي الذي قد يكون حديثًا مع شخص، أو تحقيقًا حول قضية معينة (عبد المجيد، 2008، 266).

4-4 أخرى: أي صور أخرى تعبيرية استخدمتها الصحافة في معالجة موضوعات الشباب.

5- فئة الرسومات:

اصطلاحًا: "يقصد بها الرسوم التوضيحية التي تفسر ما يصعب فهمه من كلمات، وتساعد على جذب انتباه القراء، وتبسيط المعلومات المعقدة في جانب مهم من جوانب الخبر أو الموضوع، وقد تأخذ شكل رسوم تعبيرية بريشة فنان، أو رسوم بيانية، أو جداول إحصائية، أو خرائط" (اللبان،2001،62).

إجرائيًا: وتقصد بها الدراسة الرسومات التي استخدمتها الصحافة في معالجة موضوعات الشباب والتعبير عن قضاياهم، بهدف جذب انتباه القارئ، وتم تحديدها في الرسومات الاتية:

5-1 رسومات تعبيرية: إجرائيًا هي الرسوم التي تعبر عن الخبر أو الموضوع الصحفي المتعلق بالشباب، وعادةً يتم التعبير عنها بتعليق بسيط لتيسير فهمها للقارئ.

5-2 رسومات توضيحية: إجرائيًا تعني الرسوم البيانية والجداول الرقمية التي تصحب الموضوعات التي تتناول محور الشباب.

5-3 شخصية: إجرائيًا هي رسومات تعبر عن الشخصية الفاعلة، وعادةً تكون شخصية رئيس الدولة أو شخصية رسمية، أو شخصية صحفية أو شبابية.

5-4 أخرى: أي فئة أخرى من الرسومات لم يتم ذكرها.

6. فئة الألوان:

اصطلاحًا: يعد اللون المستخدم في المادة التحريرية عنصرًا من العناصر التيبوغرافية التي تكون جسم الصحيفة وبخاصة على الصفحة الأولى منها، بالإضافة إلى تلوين العناوين، والصور، والرسومات العريضة والممتدة، وتعد الصحف الحزبية في أغلبها والصحف الخاصة من أكثر الصحف استخدامًا للون مع العناوين (النجار،2001،275–276).كما يذهب (اللبان،1994،17) إلى أن اللون يضفي صفة الواقعية على الكلمة والصورة، وهذا يجعل القارئ أكثر استعدادًا لتقبل الرسالة الإعلامية، بالإضافة إلى أن اللون يشكل ملمحًا من ملامح شخصية الصحيفة التي يرتبط بها القارئ ويألفها.

إجرائيًا: تهدف هذه الفئة التحليلية، التعرف على طبيعة الألوان المستخدمة في الأخراج الصحفي للمواد التحريرية المنشورة في الصحف عينة الدراسة، وتم اعتماد هذه الفئة لما تمثله من تأثير وأهمية في جذب انتباه القارئ، ونظرًا لما تعكسه من انطباع عن عمق اهتمام الصحيفة بإبراز بعض العناوين والموضوعات التي تتناول قضايا بارزة وذات أهمية للتأثير على الرأي العام في معالجتها لموضوعات الشباب، وأعتمدت الدراسة فئات الألوان الآتية:

1-1ملون.

1-2بلا لون.

ملحق رقم (4)

أسماء الأساتذة المحكمين لاستمارة تحليل المضمون

الرقم	الاسم	الرتبة	التخصص	الجامعة
1	إبراهيم أبو عرقوب	أستاذ	الإعلام/اتصال	الزرقاء الأهلية
2	أديب خضور	أستاذ	التحرير الإعلامي	الشرق الأوسط
3	سعد أبو دية	أستاذ	علوم سياسية	الجامعة الأردنية
4	عبد الجبار توفيق البياتي	أستاذ	مناهج بحث وتخطيط تربوي	الشرق الأوسط
5	عطاالله عسكر الرمحين	أستاذ	الأعلام	الشرق الأوسط
6	عبدالله العنبر	أستاذ	اللغة العربية	الجامعة الأردنية
7	غازي جمال خليفة	أستاذ	مناهج بحث وتخطيط تربوي	الشرق الأوسط
8	رائد أحمد البياتي	أستاذ مشارك	أذاعه وتلفزيون	الشرق الأوسط
9	كامل خورشيد مراد	أستاذ مشارك	الإعلام	الشرق الوسط
10	حيدر ظاظا	أستاذ مشارك	قياس وتقويم	الجامعة الأردنية
11	صباح ياسين علي	أستاذ مساعد	صحافة ونشر	الشرق الأوسط
12	محمد الشحاتيت	أستاذ مساعد	إحصاء وقياس	جامعة الأميرة سمية

ملحق رقم(5)

المدقق الغوي

تحية طيبة، وبعد،

أنا الدكتور تحسين أبو دياك، لقد راجعت رسالة الطالبة خوله ياسين الزغلوان ودققتها تدقيقًا لغويًا.

أنا الطالبة خوله الزغلوان لقد تمت مُراجعة رسالتي الموسومة بعنوان " **معالجة الصحافة الأردنية لمحور الشباب في الخطاب السياسي لاملك عبد الله الثاني بن الحسين**" *"دراسة تحليلية"*.

وتدقيقها وبناءً عليه أوقع............ .

الدكتورة: تحسين أبو دياك

التخصص: لغة عربية

الرتبة العلمية :محاضر غير متفرغ

طبيعة العمل: محاضر في مركز اللغات في الجامعة الأردنية .

رقم الهاتف: 0798423969

وبناءً عليه أوقع......................

١